

PLACERES

LIFESTYLE

Año 02 | N° 17 | 2025

A portrait of a woman with long, straight brown hair, looking slightly upwards and to the side. She is wearing a black, open-front blazer with a deep V-neckline. Her right hand is near her chest, and she is wearing a ring on her ring finger. She has large, circular hoop earrings. The background is a solid, muted blue-grey color.

FRANCISCA
ARONSSON

CONOCE UNA NUEVA FORMA DE VIVIR EN SALUD



Somos los únicos con certificación STS: altos estándares en Seguridad, Tecnología y Sostenibilidad.

sinb

Por un mundo sin b

Somos la única in
aliada con Sinb
gestión de residuos
inorgánicos



Entregamos vivie
eficiencia ener
hacemos uso resp
agua y gestión de re
en la constru

B E N G A L A
inmobiliari

LA MARINA
by B E N G A L A

AV. LA MARINA 2255

CONTÁCTANOS: 9

NOVA FORMA EN MIGUEL



Construimos fachadas con tecnología en durabilidad y resistencia.

aa®

basura

mobiliaria

a® para la
orgánicos e
OS.

vienda
rde

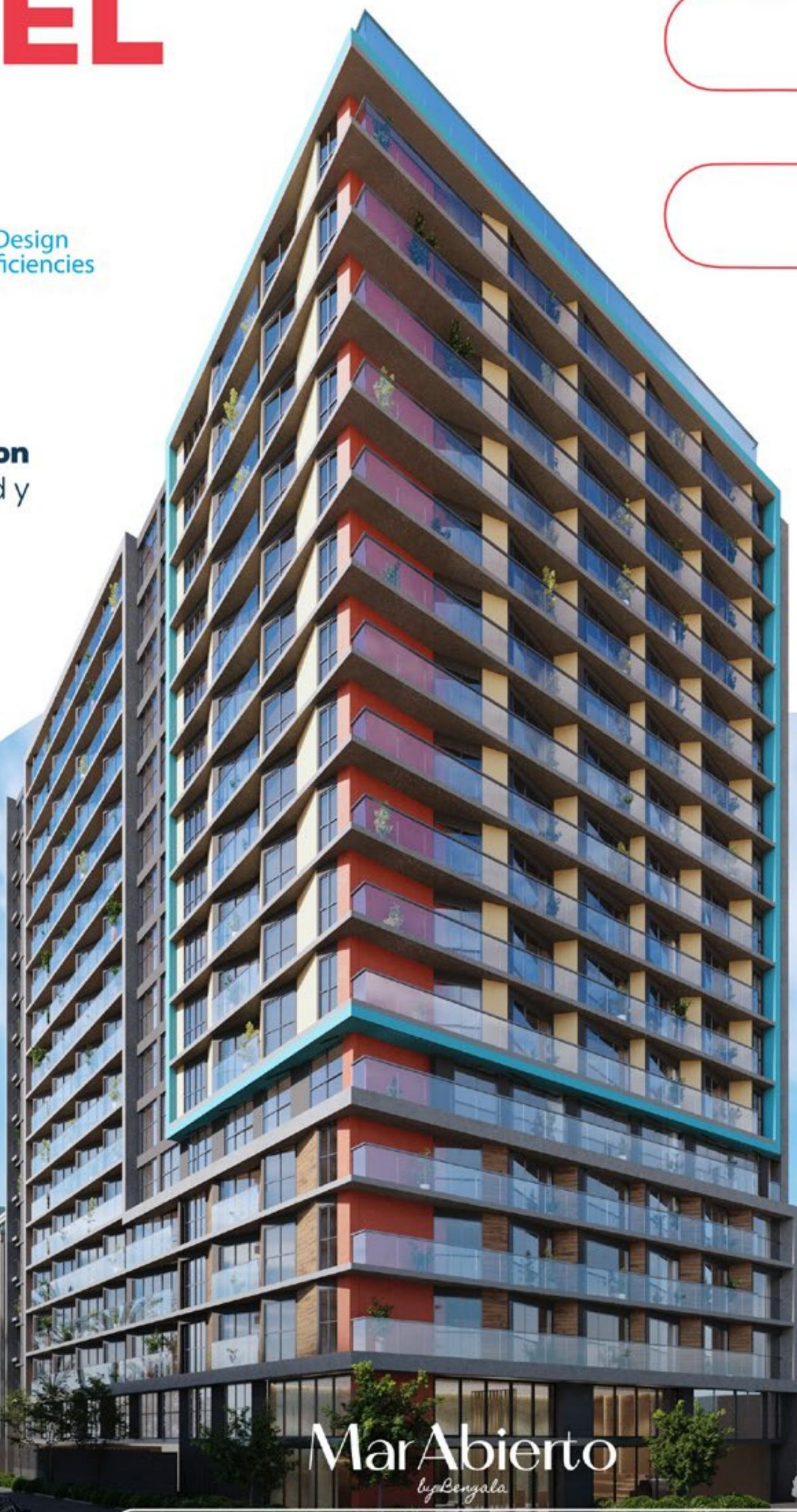
endas con
rgética,

onsable del
esiduos en la
cción.

ALA

a

41 720 346



*Imágenes referenciales

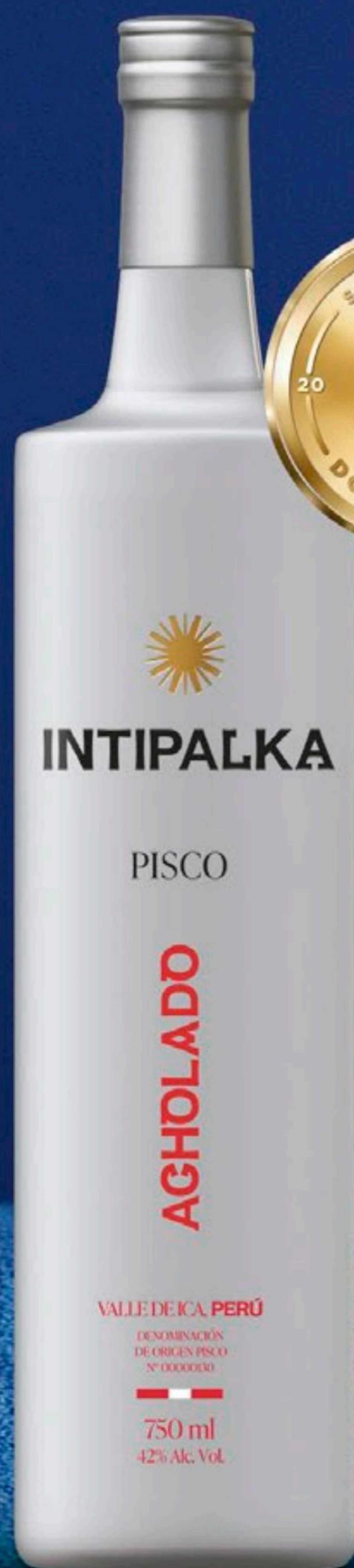
MarAbierto
by Bengala

AV. COSTANERA 2790 - MALECÓN

INTIPALKA DEJA EN ALTO AL WORLD SPIRITS



98
PTS



96
PTS

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I

PERÚ EN EL SAN FRANCISCO COMPETITION



94
PTS



94
PTS

C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O



La Jolla
ASIA • PERÚ



A 7 minutos del Boulevard de Asia,
**La Jolla iniciará construcción de
su tercer edificio en mayo.**

El club de los 100 sudamericanos

En el dinámico mundo de la enología, el prestigio otorgado por el crítico de vinos Robert Parker, marca un hito significativo en la carrera de cualquier bodega. Alcanzar los codiciados 100 puntos Parker no solo es un símbolo de excelencia, sino también un testimonio del compromiso y la dedicación que enólogos y viticultores invierten en cada botella. En esta editorial, exploramos los vinos sudamericanos que han logrado esta notable distinción hasta 2025, destacando su origen, el talento detrás de cada etiqueta y otros premios que han recibido en el camino. El primer vino sudamericano en alcanzar los 100 puntos Parker fue el El Enemigo, un Malbec 2013, gestado por Alejandro Vigil en Mendoza, Argentina. Este tinto no solo conquistó a Parker con su complejidad y elegancia, sino que también fue galardonado con otros premios internacionales, consolidando la reputación de la bodega en el escenario global. La combinación de uvas seleccionadas de viñedos antiguos y una cuidadosa crianza en barricas de roble francés, brindó a este Malbec un carácter único y seductor.

En 2015, el Aguijón de la Roca, un Cabernet Sauvignon de la bodega chilena Viña Almaviva, se unió al exclusivo club de los 100 puntos Parker. Este vino, resultado de la colaboración entre la familia de viñateros franceses de Château Mouton Rothschild y la familia chilena Concha y Toro, fue elaborado por el enólogo Philippe Melka. Con su estructura firme y sus matices de frutas negras, especias y un toque de mineralidad, Aguijón de la Roca también obtuvo la medalla de oro en el Concours Mondial de Bruxelles, reafirmando su calidad en el competitivo mercado del vino. Un año después, en 2016, fue el turno de Señá, el emblemático vino de Viña Señá, que logró alcanzar los 100 puntos Parker. Este ensamblaje de Cabernet Sauvignon, Carmenere, Merlot y Petit Verdot, creado por el enólogo Francisco Baettig, se ha convertido en un ícono del Valle de Aconcagua. Señá no solo ha sido reconocido por su equilibrio y complejidad, sino que también ha conseguido varios premios internacionales, incluida una medalla de oro en el International Wine Challenge. La fusión de tradición y modernidad en la viticultura chilena se refleja en cada sorbo de este singular vino.

El 2018 marcó un hito adicional para la enología sudamericana con el Chadwick, un Cabernet Sauvignon de Viña Errázuriz, que también alcanzó los 100 puntos Parker. Este vino, elaborado por el enólogo Francisco Baettig, ha sido elogiado por su profundidad, estructura y su capacidad de envejecimiento.

La bodega, situada en el Valle de Aconcagua, ha cosechado numerosos premios a lo largo de los años, consolidando su lugar entre las grandes casas de vino del mundo. En 2020, el Don Melchor, un Cabernet Sauvignon de Viña Concha y Toro, volvió a poner a Chile en el mapa, al obtener 100 puntos Parker por su cosecha de 2017. Bajo la dirección del enólogo Enrique Tirado, este vino ha sido un referente en la industria, conocido por su elegancia y complejidad. Además de su puntaje perfecto, Don Melchor ha recibido múltiples galardones, incluyendo premios en el Decanter World Wine Awards, lo que refuerza su estatus como un vino de clase mundial.

En 2021, el vino Almaviva de Viña Almaviva, también logró 100 puntos Parker por su cosecha de 2018. Este vino, resultado de la misma colaboración entre Château Mouton Rothschild y Concha y Toro, destaca por su frescura, elegancia y complejidad, y ha sido premiado en múltiples certámenes internacionales, solidificando su lugar en la élite de los vinos chilenos. Finalmente, en 2023, el Clos Apalta de Viña Montes alcanzó los 100 puntos Parker por su cosecha de 2019. Este vino, elaborado por el enólogo Aurelio Montes, es un ensamblaje de Cabernet Sauvignon, Carmenere y Merlot que ha sido aclamado por su expresión pura del terroir y su sofisticación. Clos Apalta ha cosechado numerosos premios a lo largo de los años, reafirmando su estatus como uno de los grandes vinos de Sudamérica. Estos logros no solo destacan la calidad excepcional de los vinos sudamericanos, sino que también subrayan el creciente reconocimiento de la región en el ámbito vitivinícola global. Las bodegas que han alcanzado los 100 puntos Parker han demostrado que, con pasión, dedicación y un respeto profundo por el terroir, Sudamérica puede competir con los mejores del mundo. A medida que miramos hacia el futuro, es emocionante imaginar qué nuevas joyas enológicas emergen de esta rica y diversa tierra. La historia de los vinos sudamericanos es, sin duda, una que continuará escribiéndose con cada cosecha.

John Santa Cruz Manco
Director





ALMA NEGRA

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

CONTENIDO



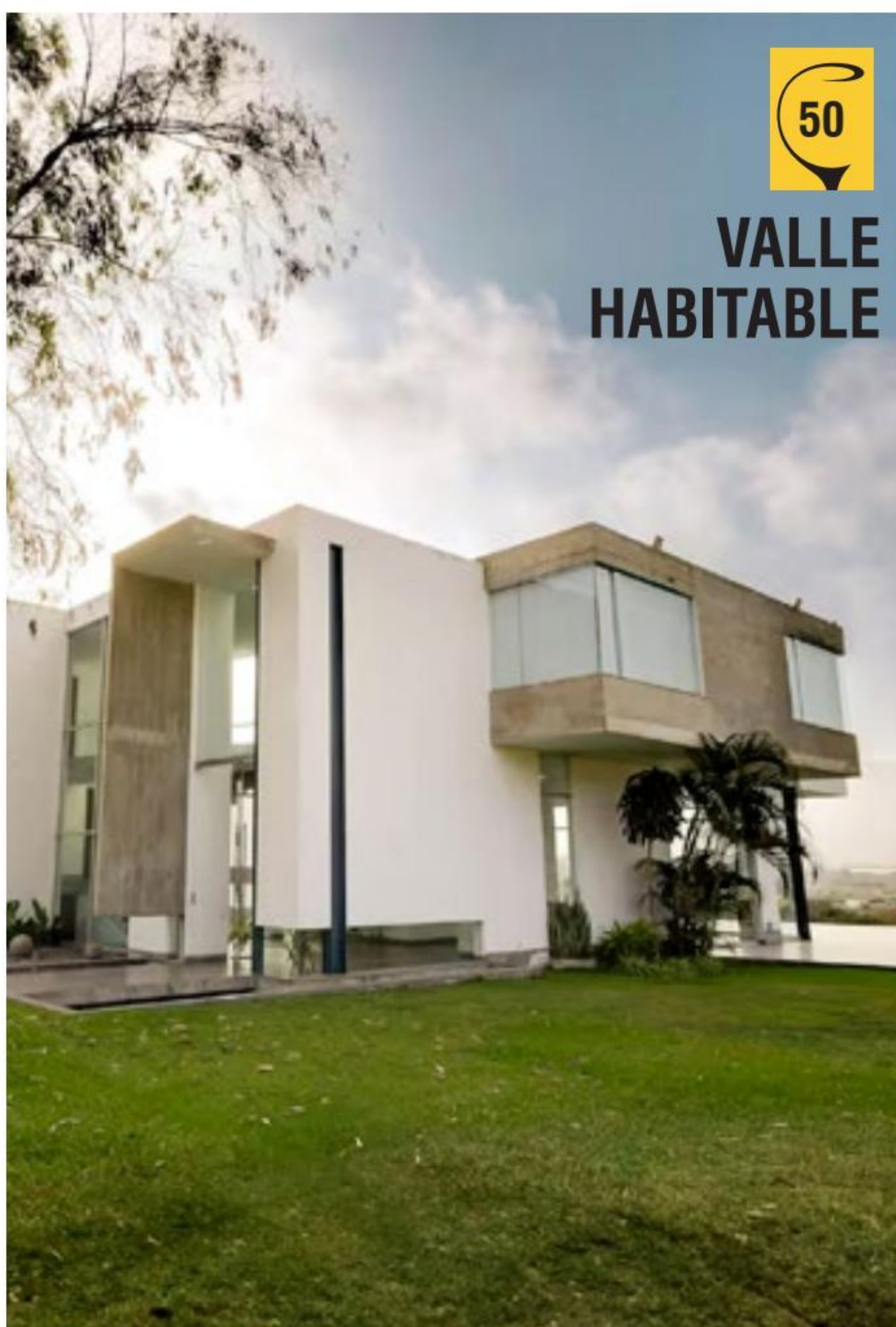
24

**ACTRIZ
DE LUJO**

38

**PIEZAS HORRIBLES
QUE SE VENDEN
COMO LUJO**

46

**DISEÑO
CONSCIENTE**

50

**VALLE
HABITABLE**

48

**EL ARTE
DE SOÑAR**

86

**EL ARTE DE
LA VERDAD**



Feria del Aficionado

DEL PERÚ

*Ven a ver a los mejores
toreros aficionados del Perú*

Del **17** Al **31** de Agosto

DOMINGO

17
Agosto

JHON KICZON CHINÍN
JOSE ALFREDO KOECLING
RODRIGO MONASTERIO
MAX VALDIVIEZO
DAVID RIOJA
ALEJANDRO CASTRO EL ACERTIJO
GERARDO FRONDA
SALVADOR SÁNCHEZ
MIGUEL NEYRA

GANADERÍA SALVADOR SÁNCHEZ

Homenaje a cuadra Yaco Reyes

SABADO

23
Agosto

GIANCARLO GUZMÁN
CAYETANO RONDINEL
JOAQUÍN ARAMBURÚ
MARCIAL BUSTAMANTE
ELMER PAJUELO
ANA LUCIA ROMÁN
FERNANDO RUBIO
GIANCARLO CAICO QUISPE
DAVID VÉLEZ
JUAN ROMERO
DIEGO GONZALES

GANADERÍA CAMPO SUCRE

Homenaje a Hermanos Pardo

DOMINGO

24
Agosto

LUIS GUILLERMO HERENCIA
JULIO HERRERA
LUIGGI ALVA
GUILLERMO RIVAS
AYRTON LAURA
ARIOSTO RIVAROLA
RUBÉN ZAMALLOA
WILLIAM AVENDAÑO
ANDRÉS BECERRA
PAUL DOMÍNGUEZ
ARTURO GAMARRA

GANADERÍA COLORADO

Homenaje Emilio Serna

SABADO

30
Agosto

JOSE IGNACIO BULLARD
JOSÉ GUZMÁN
RAUL ARAMBURÚ
ESTEBAN MORALES
ENRIQUE TERREMOTO SIFUENTES
TITO FERNANDEZ
VASCO ARAMBURÚ
JUAN ANDRÉS MANTILLA
JORGE FAJARDO
PAULINO HERRERA
RENÉ HERNANDEZ
SEBASTIÁN ESPINOZA
CARLOS UGAZ
ALEJANDRO BALMACEDA

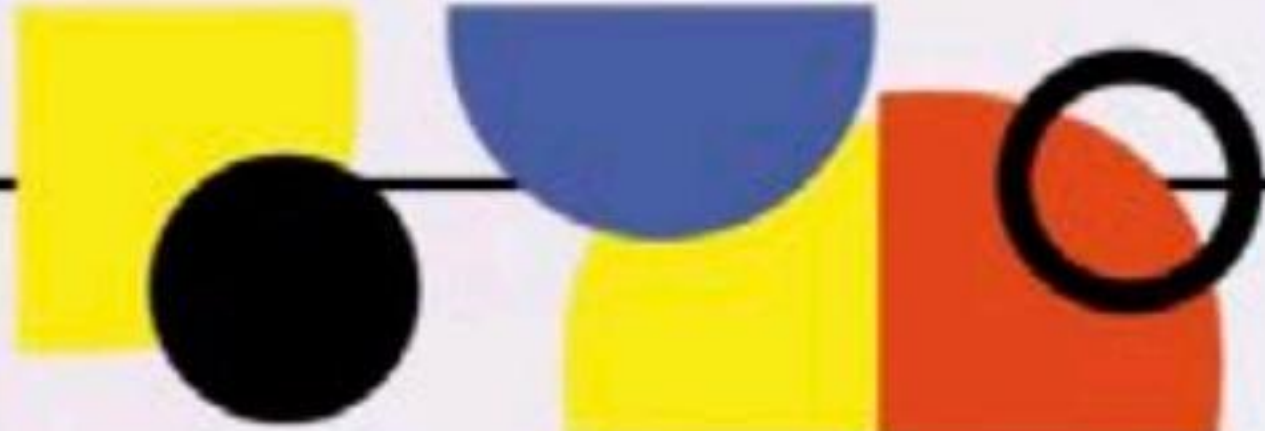
GANADERÍA CAMPO BRAVO

Homenaje a Peña Los Nacionales

31 de Agosto GRAN FINAL

Homenaje a esposas fundadoras del ATA **GANADERÍAS SANTA ISIDORA Y HERMANOS NAVARRETE**





**PRE VENTA
HABILITADA**

**25-31
AGOSTO**

**SE VIENE
LA FIESTA**



CLASE MAESTRA



EDICIÓN | PERÚ

**CHARLAS / TOUR DE BODEGAS / NETWORKING
/ GUEST BARTENDING / FIESTAS / CATAS
PRIVADAS / TALLERES / TOUR DE BARES**

**COMPRA TU ENTRADA EN EL LINK DEL
PERFIL DE INSTAGRAM**

LA MATERIA



NO SE CREA NI SE DESTRUYE



SOLO SE TRANSFORMA



RE CICLAMOS
UTILIZAMOS

Relojes hechos con discos de vinilo. Descubre estos y más productos originales ingresando a:

www.dientedeleon.pe



STAFF

Director General
John Santa Cruz Manco

Editora General
Valeria Isabel Burga Bobadilla

Editora Web
Fabiana Deekes Ibárburu

Diseñador Gráfico
Gustavo Panta Vera

Redactores
Diana Montilla
Valeria Carrasco
Tracy Montes
Samuel Hurtado
Sara Rios

Producción
Joaquín Cruzado
Pilar Lopez
Juan Paul Manco
Jean Perez Centeno
Claudia Aguilar
Jacqueline Torres

Fotografía
Jaime Cuellar
Cristhian Cisneros
Daniel Yong

Webmaster
Erick Cajas

Community Management
Samira Ode
Valeria Infante

Columnistas
Rosa Bonilla
Juan Diego Romero
María Elena Cárdenas
Silvia de Tomás
Soledad Marroquín
Livio Pastorino
Jasmine Rincón
Juan Pablo Robles



Foto de portada:
Joaquín Cruzado

essenta

LIBERA TU CUERPO, ELEVA TU VIDA

CENTRO QUIROPRÁCTICO

¿Dolor de espalda, tensión
en cuello o fatiga
constante?

Reconecta contigo con
expertos quiroprácticos y
fisioterapeutas.

AGENDA TU CONSULTA HOY



973 677 811

Visítanos en Av. Caminos
del Inca 830, Chacarilla.



Conoce más de nosotros, aquí.





REVOLUCIÓN DEL TERROR

Después de años de espera y especulaciones, Super Junior ha confirmado su regreso a Perú con un concierto programado para el jueves 16 de octubre de 2025 en el Estadio San Marcos. Esta presentación forma parte de su tour global Super Show 10, en celebración de los 20 años desde su debut. La gira, que ya ha emocionado a fans en otras partes del mundo, busca rendir homenaje a la historia musical del grupo, que desde 2005 ha sido una de las bandas más influyentes del K-pop. Con temas que marcaron época como Sorry, Sorry, Bonamana y Mr. Simple, el grupo planea ofrecer un show que combine nostalgia, energía y una puesta en escena de alto nivel.

CONECTANDO CIELO Y TIERRA

A 3,400 metros de altura, donde las estrellas parecen estar al alcance de la mano, Planetarium Cusco celebra su aniversario número 18 como uno de los espacios más inspiradores de divulgación astronómica en Sudamérica. Fundado en 2007, este centro de interpretación ha logrado algo excepcional: fusionar la ciencia moderna con la sabiduría ancestral andina, conectando generaciones bajo un mismo cielo. Con la mira puesta en crecer con propósito, Planetarium Cusco iniciará operaciones en el Valle Sagrado, ampliando su propuesta educativa y turística. Se prevé también el lanzamiento de producciones audiovisuales en formato full dome, creadas íntegramente en Cusco para el mundo.



DESTINO CLAVE

El Perú vuelve a brillar en el escenario del turismo de lujo internacional. Cinco hoteles operados por Belmond en el país han sido incluidos en el prestigioso ranking «Top 1000 Hotels 2025» de La Liste, una de las clasificaciones más respetadas del sector hotelero global. La propiedad mejor puntuada en Perú es Monasterio, A Belmond Hotel, Cusco, que obtuvo una calificación destacada de 97.5%. Ubicado en un monasterio del siglo XVI, este hotel ofrece una experiencia única entre claustros coloniales, frescos originales y servicio de primer nivel, todo en el corazón de la ciudad imperial.

PERÚ ANCESTRAL

Sastrería Martínez, uno de los bares más emblemáticos de Lima y referente en la escena de la coctelería de autor, presenta su nueva carta: «Collection 25/26: Un Perú que se hila en el tiempo», una propuesta que celebra la riqueza cultural, histórica y natural del país a través de cócteles creados con insumos de la Costa, Sierra y Selva. Bajo la dirección del reconocido mixólogo Diego Macedo —con más de dos décadas de experiencia— el equipo de Sastrería Martínez desarrolló esta colección tras tres años de investigación y exploración en regiones como Cusco, Paracas y Tarapoto, fusionando técnicas contemporáneas con ingredientes locales de gran valor patrimonial.



SORTEO DESTINO DE EXPERTOS

EXPERIENCIA MARIDAJE

COMPRANDO DESDE S/59.90 EN
OTTO KUNZ Y/O VINOS SOMBRERO, PARTICIPA POR UNO DE LOS
5 VIAJES DOBLES
A MENDOZA - ARGENTINA

PASIÓN DE EXPERTOS

**Otto
Kunz**



HUENTALA WINES
GUALTALLARY - VALLE DE UCO
MENDOZA - ARGENTINA

VIGENCIA: DEL 27 DE JUNIO AL 24 DE AGOSTO DEL 2025 | FECHA DE SORTEO: 27 DE AGOSTO DEL 2025

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO PARA LA SALUD

**SIGUE ESTOS
PASOS**

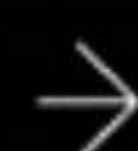


COMPRA EN WONG,
METRO, PLAZA VEA,
VIVANDA O TOTTUS



BOLETA

TOMA UNA FOTO DE TU
COMPROBANTE PARA PARTICIPAR



WHATSAPP

ENVÍALA AL 973 478 844
Y COMPLETA EL REGISTRO





FUSIÓN QUE CAUTIVA

El reconocido restaurante Ozu, especialista en cocina asiática contemporánea con sello peruano, lanza su nueva carta 2025, una invitación a descubrir los sabores de Tailandia fusionados con ingredientes y técnicas peruanas. Con platos que combinan lo mejor del sudeste asiático con la identidad local, la propuesta busca conquistar a comensales exigentes que valoran la innovación y la autenticidad. Ozu continúa ofreciendo clásicos de la cocina nikkei, china e india, sumando variedad y riqueza cultural a su propuesta.



EXPERIENCIA ÚNICA

Universal+ ya tiene disponible en su catálogo para Latinoamérica la trilogía completa de la saga animada *How to Train Your Dragon* (Cómo entrenar a tu dragón), uno de los universos más queridos del cine familiar. Desde la entrega original del 2010 hasta su emotivo cierre en el 2019, los tres títulos están listos para ser disfrutados en un maratón perfecto para grandes y chicos. Este lanzamiento coincide con la expectativa generada por el próximo estreno de la adaptación live action, dirigida por Dean DeBlois y protagonizada por Mason Thames, Nick Offerman y Gerard Butler, que llegó a los cines en junio.



LARS OF THE STARS

La franquicia *Steven Universe* vuelve a la pantalla con un *spin-off* muy esperado titulado *Lars of the Stars*, anunciado oficialmente el 11 de junio de 2025 durante el Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy. Esta nueva serie se aleja de Cartoon Network para estrenarse en Amazon Prime Video, marcando un cambio importante en la plataforma de distribución de la saga creada por Rebecca Sugar. *Lars of the Stars* se centrará en Lars Barriga, uno de los personajes más queridos y complejos del universo *Steven Universe*. Esta nueva etapa promete explorar el pasado, presente y futuro del universo de las Gemas desde una perspectiva más amplia y aventurera.

LA MÁS ACLAMADA

La bodega argentina Catena Zapata ha sido nombrada la Marca de Vino Más Admirada del Mundo 2025 por la revista *Drinks International*, en la 15ª edición de su aclamado ranking anual. Este galardón la posiciona como líder global en la industria vitivinícola y como la única bodega argentina en alcanzar este reconocimiento durante el presente año. Catena logra este premio por segunda vez, luego de haber encabezado el ranking en el año 2020. Además, es la sexta ocasión en que se reconoce a Catena como la marca más admirada de Sudamérica, un logro que reafirma su papel protagónico en la consolidación del Malbec argentino como variedad insignia en el escenario internacional.

LA TARUMBA

★ CIRCO PERUANO ★

FESTEJO

lo que somos

C.C. CENCO
LIMA SUR
Chorrillos

Hasta
21 SET



 Interbank

COMPRA TUS ENTRADAS EN **ticketmaster**



LEGADO QUE EVOLUCIONA

Volkswagen presentó oficialmente en Perú el nuevo Amarok V6, una pick-up todoterreno que redefine el estándar de potencia, diseño y tecnología en el segmento 4x4 de alta gama. Esta nueva versión llega con una estrategia de lanzamiento descentralizada, desarrollada en dos etapas: una experiencia off-road en Ica y un evento final en Lima, que se realizó el 28 de junio en Ronex Park, Surco. Con esta nueva versión V6, Volkswagen reafirma su liderazgo, adaptándose a los desafíos del mercado actual y ofreciendo una pick-up que combina sofisticación, potencia y versatilidad para cualquier terreno. Para más información, visita: www.volkswagen.com.pe

LÍNEA FEMENINA

La reconocida marca de moda española SCALPERS refuerza su presencia en Perú con la reapertura de su tienda en el Jockey Plaza, completamente ampliada y rediseñada. Este nuevo espacio no solo eleva la experiencia de compra, sino que también celebra la llegada oficial de SCALPERS Woman, su esperada línea femenina, que ya es un éxito en Europa. Con esta renovada apuesta, Lima se consolida como una ciudad estratégica para el crecimiento regional de la firma, que ya cuenta con presencia en Larcomar y ahora redobla su posicionamiento en el corazón comercial de Surco.



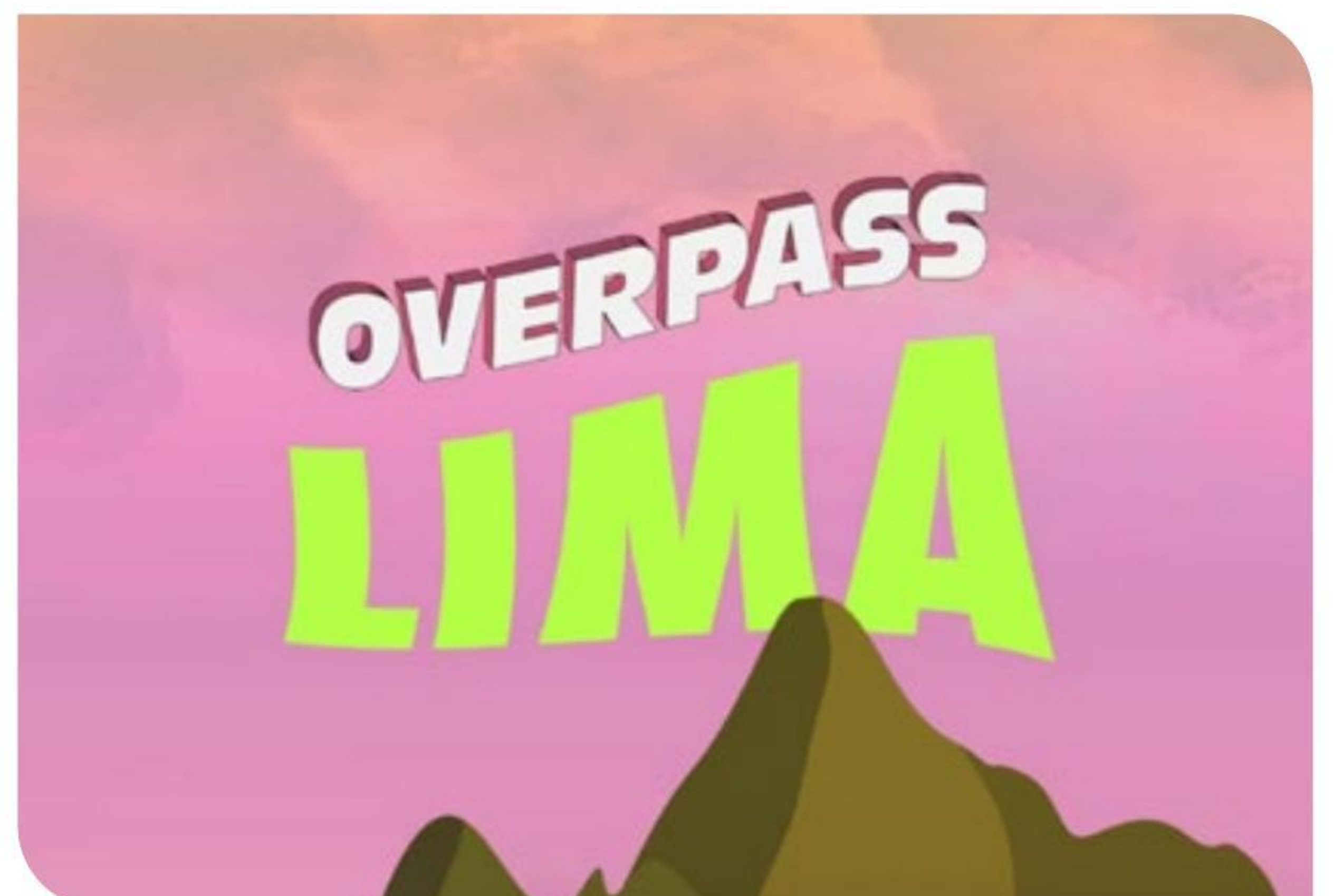
LOOM WORLD TOUR

Después de mucha expectativa, Imagine Dragons confirmó su primer concierto en Perú como parte de su gira mundial Loom World Tour 2025, promocionando su último álbum LOOM. El show se realizará el jueves 19 de octubre en el Estadio San Marcos, y ya está generando un verdadero revuelo entre los fans locales. La banda, liderada por Dan Reynolds, llega con un repertorio cargado de himnos generacionales como Believer, Radioactive, Thunder y Demons, pero también presentará lo nuevo de su disco LOOM, lanzado en junio de 2024.



OVERPASS FESTIVAL

El fenómeno del K-pop sigue conquistando territorios, y esta vez Perú será parte de esa ola global. El Overpass Festival, reconocido internacionalmente, llega a Lima con una nueva edición el 11 de septiembre, convirtiéndose en el primer festival de este tipo en el país. Esta noticia ha desatado euforia entre los fandoms peruanos, quienes por años han esperado un evento de esta magnitud. Este evento se llevará a cabo dentro del Estadio San Marcos, lugar emblemático para los conciertos más importantes en Lima. Aunque el line up oficial y los precios de las entradas se anunciarán el viernes 20 de junio, ya se ha confirmado que reunirá a grandes idols de las mejores bandas del K-pop.





LIENZO

RESTAURANTE & BAR





RETORNO ESPERADO

BLACKPINK presentará por primera vez su nuevo tema el próximo 05 de julio en el Estadio Principal del Complejo Deportivo de Goyang, Corea del Sur, marcando el inicio de su gira «DEADLINE». La agencia YG Entertainment confirmó que esta será una forma especial de conectar con sus seguidores en un evento tan esperado. La gira «DEADLINE» incluirá 18 conciertos en 10 ciudades alrededor del mundo, entre ellas Nueva York, París, Barcelona y Tokio. Se espera que la nueva canción sea parte fundamental del repertorio y marque el inicio de una nueva etapa para BLACKPINK, uno de los grupos más populares del K-pop a nivel global.

PARRILLA ARGENTINA

La esencia de la auténtica parrilla argentina continúa viva en el corazón de Lima gracias a La Cabrera, el restaurante que desde 2013 ha conquistado el paladar peruano con sus cortes premium y su propuesta de hospitalidad. A 11 años de su llegada al país, la marca reafirma su compromiso con una cocina cargada de identidad, tradición y sabor. Con más de 30 locales en el mundo, La Cabrera es sinónimo de cortes madurados, técnicas tradicionales de asado, guarniciones creativas y una experiencia gastronómica que trasciende lo culinario.



QASA VALLE SAGRADO

Tras el éxito de su primera apertura en Arequipa, Nomad Hotels Group anuncia la inauguración de Qasa Valle Sagrado, su segunda propiedad en Perú. Este nuevo refugio boutique se ubica entre el río Vilcanota y los imponentes Apus cusqueños, y redefine el lujo desde la autenticidad, la calma y el sentido de pertenencia. Con tan solo 18 habitaciones —incluidas exclusivas suites con terraza y balcón—, Qasa Valle Sagrado está concebido bajo el concepto Home Boutique, la estética y filosofía propia de Nomad. Cada detalle del hotel, desde su arquitectura en piedra y adobe hasta la cocina local de su restaurante TAWA y la experiencia holística del SPA Armonía, está diseñado para ofrecer un viaje interior y una desconexión consciente.

PISCO CON PERSONALIDAD

La reconocida Bodega Murga, con más de una década de experiencia en la producción de piscos artesanales, presenta oficialmente su esperado Pisco Murga Acholado, una nueva propuesta que marca un hito en su línea tradicionalmente monovarietal. El nuevo Pisco Murga Acholado es una combinación excepcional en la que predomina la personalidad vibrante de la uva Italia, conocida por su carácter extrovertido, acompañada por la sobriedad y elegancia de variedades como Quebranta y Negra Criolla, que aportan cuerpo y matices finos al resultado final.





**Tienda en la que encontrarás
SUPLEMENTOS NUTRICIONALES para
complementar tu entrenamiento de
salud, rendimiento y estética.**



Encuéntranos en:



www.nutrirockperu.com



[Nutrirockperu](https://www.instagram.com/Nutrirockperu)



[Nutrirock](https://www.facebook.com/Nutrirock)



[908 943 639](https://wa.me/908943639)



[Nutrirock Perú](https://open.spotify.com/artist/NutrirockPeru)



[Nutrirocktiktok](https://www.tiktok.com/@Nutrirocktiktok)



ACTRIZ DE LUJO

Francisca Aronsson es una actriz de lujo, reconocida por realizar múltiples producciones locales y extranjeras. Recientemente fue elegida como una de las 50 mujeres más poderosas de Perú y en esta edición lo celebra con nosotros.

Fuiste elegida entre las 50 mujeres más poderosas de Perú por Forbes. ¿Cómo te sientes luego de recibir esta noticia?

La noticia se publicó el 12 de junio, día de mi cumpleaños. Sin embargo, no me enteré hasta después de una semana. Es un gran logro porque no me lo esperaba. Tengo 19 años y estoy en una lista con mujeres adultas. Eso es muy emocionante, pero también una gran responsabilidad.

Hace poco tuviste una participación en La Chica de Nieve 2 vía Netflix. ¿Cómo se dio esta propuesta?

Tengo un equipo de trabajo en cada país. A través de ellos me llegan propuestas internacionales y una fue La Chica de Nieve. Veía la serie con mi familia. Soy fan. Estaban buscando una mexicana y yo sé cómo hacer el acento al igual que Norma Martínez, mi abuela en la ficción. Ambas somos peruanas, así que



le sugerí a Netflix que actuáramos según nuestra nacionalidad. La serie es muy exitosa. Creo que en total hice una prueba de 20 horas de maquillaje.

¿Qué tal la experiencia de realizar un desnudo?

Es mi primer desnudo. Lo grabé con 17 años. La producción me dio la comodidad necesaria para poder interpretar. Pese a

«
*Nada te
garantiza
que te va a ir
bien, pero yo
arriesgué*
»

que mi personaje estaba muerto en escena, yo debía dejar de respirar para que se vea real. Es muy distinto a realizar un desnudo sexual.

¿Lo harías?

Definitivamente. Yo presto todo mi cuerpo y alma para desarrollar un personaje. Si pongo límites, no estaría siendo profesional. Me he besado con una mujer en escena a los 13 años y



acabo de realizar un desnudo. Es parte de mi trabajo.

¿Cuál consideras que ha sido el reto más grande de tu carrera?

Dentro de mis 11 años de carrera creo que lo más complejo no se ha dado en la actuación, sino

«
No siempre se trata de esperar la oportunidad, sino de ir a buscarla
»

en la decisión de presentarme en castings del extranjero. Nada te garantiza que te va a ir bien, pero yo arriesgué. Chile, México y España me han aceptado en sus industrias haciéndome pasar como nativa de esos países.

¿Cómo te preparas para interpretar a un personaje que no es de tu nacionalidad?

Tengo clases con un coach para neutralizar mi acento. Escucho podcasts y veo series. Con esto busco abrir puertas para que las producciones vean que en Perú sí hay talento. No siempre se

trata de esperar la oportunidad, sino de ir a buscarla.

¿En qué producciones estás trabajando actualmente?

El 18 de septiembre se estrena la película *Los Patos y Las Patas*, un musical basado en las canciones de Raul Romero. Me emociona porque hace mucho no grababa una producción local. También estoy enfocada en la música, aunque no es mi línea principal como la actuación. Compongo e interpreto mis propias canciones. Lanzo una o dos al año como máximo, pero lo hago a modo de hobby. Pronto voy a lanzar una canción de estilo afro-urbano. Por otro lado, tengo una película pendiente en Chile con actores maravillosos que trata sobre el mayor caso de estafa a los chilenos: *La Polar*.

¿Te gustaría actuar en producciones de otros países?

Sí. Quiero probar en Estados Unidos y Colombia.

¿Cómo te sientes con todo lo que has logrado en tu carrera a los 19 años?

Feliz. Siento que he crecido mucho a nivel personal y profesional. Mi familia me apoya para que mis objetivos sean claros y me mantienen con los pies en la tierra. Estoy viviendo muchas experiencias retadoras que siguen preparándome para la vida.



**PRODUCCIÓN:****FOTOGRAFÍA**

Joaquín Cruzado
@joaquin_cruzado

FILM DIRECTOR

Juan Paul Manco
@juan_paul_jp

ENTREVISTA

Valeria Burga
@valeriaburga26

STYLIST

Claudia Aguilar
@clau.quinn

VESTUARIO

La Atelier
@laatelier_peru

MAQUILLAJE

Pilar López
@pilarlopezmakeup

PEINADO

Jacqueline Torres
@jacquelinehair_style



La fórmula de la velocidad

Por Samuel Hurtado Cárdenas*

Todo deporte alrededor del mundo genera mil pasiones, momentos que quedan en la memoria colectiva y nos hacen creer que todo es posible. Particularmente soy muy fanático del fútbol, un deporte que me ha dado tantas emociones desde que soy pequeño, un espacio para sentirse seguro bajo cualquier circunstancia. Pero a lo largo del tiempo y paradójicamente como periodista y cinéfilo, el séptimo arte me ha enseñado a ver muchos deportes desde otra perspectiva.

En las primeras semanas del mes de junio pude asistir al Avant Premiere de F1 (Fórmula 1), la película protagonizada por el gran Brad Pitt, quien nos dio una lección de cómo mantenerse vigente a pesar de los años. Sinceramente fui con expectativas moderadas, no con la vista de un creador de contenido, sino de la de un espectador normal y lo que viví fue toda una experiencia: historia, efectos, motores y demás. Variables que hicieron de esa noche una muy especial.

¿Pero de qué va F1? Si nunca has visto Fórmula 1 (o carreras) no te preocupes, porque la película se encarga de sumergirte en cada uno de los detalles más increíbles de este deporte. El filme tiene un arranque lento y progresivo con la finalidad de poder ir adentrándote en su mundo y en sus personajes, cosa que se logra de manera acertada porque la conexión con cada personaje, incluso los secundarios, es totalmente real. Los protagonistas tienen un gran desarrollo y un trasfondo que brinda soporte a cada diálogo cargado de reflexión, drama y toques de comedia seria.

Mientras iba avanzando la película sentías que ingresabas a una cabina de esos lujosos e imponentes autos para poder emprender la carrera en donde sentías cuál es la adrenalina que recorre cada rincón de los autódromos o pistas de carrera. ¡Brutal! Algo que me atrapó desde un inicio fue ver en los créditos al maestro Hans Zimmer a cargo del score del proyecto. Todos aquí sabe-

mos lo que Hans transmite en cada partitura y aquí no fue la excepción. Cada escena venía cargada de una musicalización extraordinaria que te hacía vibrar, tararear o mover el cuerpo al compás. Sinceramente un lujo, porque hay que saber elegir quién se encarga de la música en una película deportiva dramática.

Sin desviarnos más allá, encontré una armonía en el apartado visual, el cual enganchaba momento tras momento, no había nada que te haga dudar del mundo en el que te encontrabas, todo encajaba a la perfección. Técnicamente impecable. Los tiros de cámara exquisitos, siempre en pro de lo que se quiere narrar y contar. Ello indica que esta película fue bien ejecutada en todas sus ideas. Y un detalle no menor, ver a Javier Bardem en una película así es increíble. Esa dupla con Pitt nos dio actuación, espectáculo y diálogos imponentes. Creo que es necesario ver más de esta dupla en otras cintas.

En líneas generales, ver F1 me hizo amar y querer conocer más de este maravilloso deporte que juega entre lo arriesgado y lo humano, dándonos a entender que si amas lo que haces, no hay miedo que te detenga. Otro de los mensajes que calaron en mi corazón es que no hay edad para hacer lo que nos gusta. Si eso que nos gusta aún sigue en pie, hay que darle todo. A veces el vacío emocional se siente grande, pero más grande será la felicidad del resultado que buscamos. ¿Un poco tarde? Quizá sí. Esperemos que para cuando salga la columna, la película aún siga en cartelera. Muchas gracias por leerme. Que la fuerza los acompañe.



Periodista de cine
@cinesamu

B O D E G A
MAR & TIERRA
by LAMARTRADE

Descubre nuestras tiendas Mar & Tierra.
En Miraflores y San Isidro.
Atendidas por especialistas, rodeadas de vinos
de alta gama y terrazas pensadas para tus
mejores momentos.

San Isidro
Avenida Dos de Mayo 1470



Miraflores
Avenida Mariscal La Mar 394



Experiencia





EXPO.TEC

Por Juan Pablo Robles

Más que una consola. La Nintendo Switch 2 no solo es una evolución técnica: es un fenómeno comercial, cultural y estratégico.

A continuación, cinco logros concretos que explican por qué su lanzamiento ya es parte de la historia del gaming.



1. RÉCORD ABSOLUTO DE VENTAS EN LANZAMIENTO

En solo cuatro días, la Switch 2 vendió más de 3.5 millones de unidades a nivel global, convirtiéndose en la consola más vendida en su semana de estreno. Superó por el doble las cifras iniciales del Switch original y dejó atrás a gigantes como PlayStation 5 y Wii2.

2. IMPACTO BURSÁTIL SIN PRECEDENTES

Tras el lanzamiento, Nintendo sumó más de 39 mil millones de dólares en valor de mercado, alcanzando un máximo histórico en sus acciones. La confianza del mercado reflejó no solo el éxito inmediato, sino la proyección de sostenibilidad a largo plazo.



3. INNOVACIÓN EN HARDWARE SIN PERDER IDENTIDAD

La Switch 2 mantiene el formato híbrido, pero suma mejoras clave: pantalla 1080p portátil y 4K en dock, Joy-Con 2 magnéticos con función tipo mouse y GameChat, una herramienta integrada para videollamadas y compartir pantalla entre jugadores.

4. SOFTWARE POTENTE Y RETROCOMPATIBILIDAD ESTRATÉGICA

El lanzamiento incluye títulos como *Mario Kart World* (mundo abierto, hasta 24 jugadores), y versiones mejoradas de *Zelda* y *Splatoon*. Además, la retrocompatibilidad total con juegos del Switch original permitió a los usuarios conservar su biblioteca digital.



5. PRODUCCIÓN MASIVA Y PROYECCIÓN GLOBAL

Nintendo ya fabrica 3 millones de consolas al mes para sostener la demanda. A pesar de críticas por precios o políticas digitales, la recepción global ha sido positiva. Próximos lanzamientos como *Donkey Kong Bananza* y *Pokémon Legends: Z-A* prometen mantener el impulso.

ROG Strix Scar 18: Un mes con la bestia portátil de Asus

Por Juan Pablo Robles*

Cuando ASUS me dio acceso anticipado (un mes antes de su lanzamiento oficial) a la ROG Strix SCAR 18, ya visionaba potencia. Pero lo que no imaginé fue que terminaría redefiniendo mis rutinas. Durante más de cuatro semanas, esta laptop se convirtió en compañera inseparable: en jornadas de gaming, trabajo, producción de contenido y análisis técnico. Junto a Luis Oviedo (gamer competitivo y obsesivo del detalle como pocos) nos propusimos exprimirla a fondo, y el resultado superó expectativas.

El diseño mantiene todo lo que uno espera de la línea Republic of Gamers: chasis robusto, iluminación RGB envolvente y una estética que comunica velocidad incluso apagada. Pero más allá del estilo, lo que se agradece es la funcionalidad. El acceso sin tornillos a la RAM y almacenamiento convierte cualquier actualización en una tarea rápida, sin herramientas ni riesgo de daño. Es un guiño directo al usuario avanzado.

En potencia, la SCAR 18 no titubea. Con una NVIDIA GeForce RTX 5090 y procesador Intel Core Ultra 9, ejecutamos títulos exigentes como *Cyberpunk 2077*, *Elden Ring* y *Warzone* con trazado de rayos, DLSS 4 activado y fluidez constante. En *Warzone*, el uso de NVIDIA Reflex 2 se sintió desde el primer due-

lo: latencia reducida, respuesta inmediata y ventaja competitiva real. Luis lo sintetizó así: 'la máquina reacciona antes que tú'.

En sesiones largas, el sistema térmico demostró su fortaleza. Con Tri-Fan y cámara de vapor extendida, mantuvo temperaturas estables durante horas, sin throttling ni ruido excesivo. Su pantalla ROG Nebula HDR Mini LED de 18" elevó la experiencia con brillo uniforme, contraste preciso y fidelidad cromática tanto en juego como en edición de video. Después de semanas de uso intensivo, queda claro que esta laptop no es solo para gamers extremos. Es una estación portátil con rendimiento sostenido, ideal también para creadores y usuarios exigentes que buscan potencia real sin sacrificar movilidad ni diseño.

Ahora que el embargo se levantó, puedo contar que sigo disfrutándola al máximo con *Indiana Jones and the Great Circle*. Gráficos a tope, fluidez impecable y cero compromisos. En esta aventura arqueológica digital, la SCAR 18 no solo acompaña: lidera



* Tecnólogo y gamer
@juanpablobox

Más que un hotel, una experiencia en DAZZLER SAN ISIDRO

Ubicado en un distrito seguro de Lima, Dazzler San Isidro es ideal para viajeros corporativos y quienes buscan escapar de la rutina. Está a 30 minutos del aeropuerto y cerca del centro empresarial y atracciones, ofreciendo comodidad, eficiencia y bienestar.

Contamos con tarifas especiales



+ DE 130 HABITACIONES

Más de 130 habitaciones modernas equipadas con escritorio, minibar, caja fuerte, aire acondicionado y clóset. Todo lo que necesitas para un descanso placentero y productivo.

Nos encontramos en una zona privilegiada de San Isidro, cerca de importantes centros financieros, restaurantes de primer nivel y puntos de interés turístico.

UBICACIÓN ESTRATEGICA



ESPACIOS DE COWORKING

Nuestra sala de coworking cuenta con internet de alta velocidad, creando el ambiente ideal para trabajar con comodidad o realizar encuentros profesionales.



RELÁJATE EN EL GIMNASIO, PISCINA Y EL JACUZZI

Disfruta de nuestra piscina, jacuzzi con vistas a la ciudad y gimnasio equipado. Ya sea después de un día de trabajo o simplemente para relajarte y recargar energías, aquí encontrarás el equilibrio perfecto para tu bienestar.

Nuestro desayuno buffet incluido ofrece opciones frescas y deliciosas para que disfrutes cada mañana con la mejor energía.

DESAYUNO BUFFET INCLUIDO



SERVICIOS ADICIONALES

Desde sesiones de masajes y convenios con establecimientos top hasta room service, traslados en taxi y lavandería. Todo pensado para garantizar una estadía sin preocupaciones.

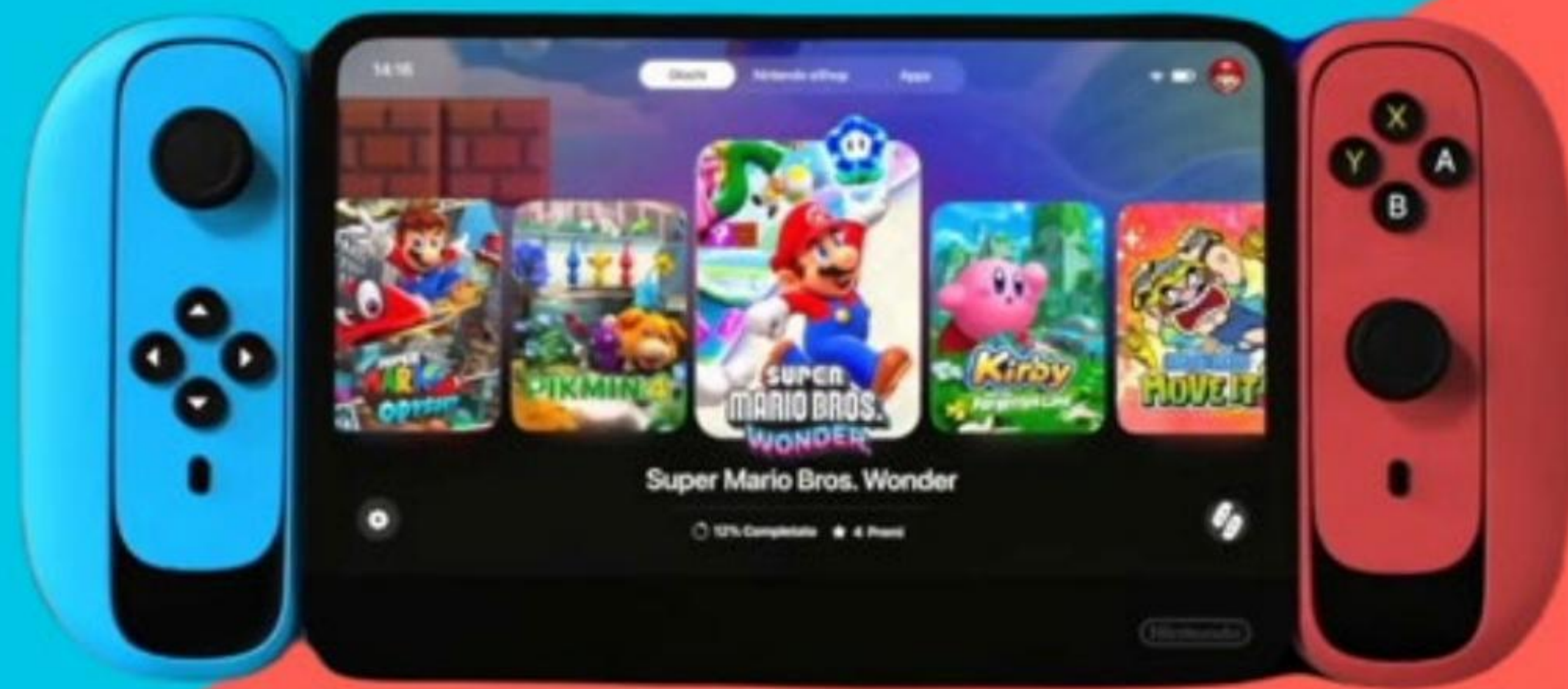
Haz de tu próximo viaje una experiencia excepcional en Dazzler San Isidro.

reservas@dazzlersanisidro.com - (51) 924 775 312

Av. Javier Prado Oeste 2479, San Isidro - Lima, Perú

Desbloqueeé la Switch 2 en tiempo récord

Por Juan Pablo Robles*



Todo comenzó un lunes en modo multitarea. Mi escritorio tenía una taza de café a medio tomar, la bandeja de entrada en rojo y una sola idea fija atravesando mi mente de gamer funcional: 'Necesito la nueva Nintendo Switch 2'. Ya la había visto en demos, leído reseñas en japonés traducidas con subtítulos dudosos y, seamos sinceros, la curiosidad me estaba comiendo los pulgares. Pero había un problema: el precio en Perú parecía sacado de un DLC apocalíptico. A eso se sumaban los clásicos enemigos del comercio internacional (desconfianza, sobreprecios, tiempos eternos, aduanas con más checkpoints que un *Dark Souls* y esa sensación de 'puede que llegue... o puede que termine en la dimensión desconocida del courier').

Ahí fue cuando me recomendaron **Trébol**. Háblale a Fernando Alarcón, él te soluciona la vida, me dijeron. Yo, escéptico como buen comunicador digital que ha visto de todo, pregunté por WhatsApp: -¿Tienen cómo traer la Switch 2? Y sin perder tiempo, llegó la respuesta: -Sí. Si la quieres, esta semana la tienes. Era lunes por la mañana. Para el martes, Fernando ya estaba en vuelo. El viernes, mientras yo trabajaba desde el sur chico (aún en plena mudanza, con cajas apiladas y WiFi sobreviviendo a duras penas), sonó el timbre. Y ahí estaba él. El mismísimo **Fernando Alarcón** (CEO de Trébol de USA) con la consola en la mano, sonriendo como si esto fuera parte del guión de *Delivery Prime: The Final Drop*.

¿Quién entrega una consola en menos de cinco días cruzando fronteras, sorteando trámites, y lo hace en persona? Spoiler: nadie. O casi nadie. Porque Fernando no es un CEO de escritorio. Es el tipo que viaja, gestiona, llama, responde mensajes y entrega paquetes como si fueran reliquias legendarias de un videojuego tipo *Zelda*. Pero lo mejor de todo no fue solo la velocidad. Fue cómo se dio todo (sin letras chicas, sin promesas vacías, sin comisiones ocultas). Precio justo. Producto original. Trato humano. Tecnología aplicada donde suma (seguimiento, notificaciones, trazabilidad) y criterio humano donde importa (respuesta inmediata, soluciones reales, responsabilidad asumida).

Trébol de USA no vende humo digital con slogans inflados. No necesita bots que te digan 'gracias por tu consulta, un humano te contactará en 48 horas'. Aquí el humano te responde, te explica y te entrega. Y sí, como cereza del pastel (la empresa está formalizada, inscrita en SUNAT y paga impuestos). Es decir, no solo te llega el producto (te llega bien, rápido y legal). Un tridente más difícil de encontrar que una partida sin campers en *Warzone*.



Además, lo admito: me impactó la transparencia. Desde el primer mensaje hasta el 'acá tienes tu consola', todo fue claro. El tracking no era un link genérico que se actualiza cuando quiere. Era información real, útil y sin excusas. Incluso me avisaron que el aeropuerto en Lima iba a estar congestionado (spoiler: lo estaba) y lo resolvieron antes de que se volviera un problema. Después de esa experiencia, hice lo que cualquier gamer sensato haría: encendí la Switch 2, me puse a jugar *Mario Kart World Tour* con el sonido del mar de fondo y entendí que esta historia no era solo sobre una consola. Era sobre confianza. Sobre saber que del otro lado hay una persona (con cargo de CEO, sí, pero también con espíritu de sidekick gamer) que se toma en serio cada pedido como si fuera propio.

Es por eso que a partir de hoy, y lo digo con total tranquilidad editorial, **Fernando Alarcón se ha convertido en mi nuevo proveedor logístico oficial**. Porque en la era de las respuestas genéricas, encontrar a alguien que entrega lo que promete (literal y simbólicamente) es casi tan difícil como encontrar stock de tarjetas gráficas en pandemia.



*Tecnólogo y gamer
@juanpablobox



LA MEJOR SELECCIÓN DE CORTES

En **Vittory Meats**
somos especialistas
en llevar excelencia
al sector **Horeca**.

MUGE
CARNE ARGENTINA

CONTACTO

+51 977 631 075

@vittorymeatsperu



Pie q



zas horribles ue se venden como lujo

El feísmo ha dejado de ser una excepción provocadora para convertirse en una tendencia dominante, celebrada por casas de moda históricas y aceptada con una naturalidad preocupante. El lujo ya no busca elevar la estética, sino redefinirla a través de lo absurdo.

Por Tracy S.Montes



¿En qué momento decidimos que lo feo era sinónimo de genialidad? En algún punto de esta era saturada de marketing y narrativa forzada, el mal gusto se convirtió en bandera de modernidad. Lo feo dejó de ser una provocación puntual y pasó a ser una estética recurrente. Y lo más preocupante: ahora se vende como lujo. Ya no se trata solo de ropa, se trata de un culto a la ridiculez en nombre de lo 'innovador'. Piezas inutilizables, feas, incoherentes, que no despiertan admiración sino desconcierto, desfilan con orgullo por pasarelas millonarias mientras una audiencia confundida aplaude.

¿Dónde está el arte en todo esto?

Ya no hablamos de una corriente aislada o un nicho excéntrico. Vivimos en una era en la que la belleza ha dejado de ser un criterio estético para convertirse en un acto de rebeldía. Mientras tanto, lo feo, lo incómodo e incluso lo objetivamente ridículo ha encontrado un nuevo hogar: la industria del lujo. Zapatillas desproporcionadas, carteras que imitan bolsas de basura, sandalias Crocs intervenidas por casas de moda y pulseras que no son más que cinta adhesiva de colores, todo esto acompañado de etiquetas de precio que bordean lo absurdo.



Abanderándose del discurso de lo 'disruptivo', muchas marcas de lujo han encontrado en lo inutilizable una forma de negocio. ¿Su argumento? Que están rompiendo moldes, desafiando lo establecido, proponiendo una nueva narrativa estética. Pero lo cierto es que muchas de estas

piezas no solo carecen de funcionalidad, sino que también resultan visualmente agresivas. Un claro ejemplo es la famosa Trash Pouch de Balenciaga, una bolsa que literalmente imita una bolsa de basura por más de 1,500 dólares, y la Paper Lunch Bag de Jil Sander, una simple bolsa de

papel fabricada en cuero por casi 300 euros. Y mención honrosa para los Crocs de plataforma y tachuelas, también de Balenciaga, que llevaron el calzado cómodo al extremo de lo ridículo.

Balenciaga lanzó una pulsera que simula un rollo de cinta adhesiva transparente, presentada en su colección Otoño/Invierno 2024; hecha de resina rígida y con el logo de la marca impreso, su precio estimado supera los 3,000 euros. Esta pieza ha sido descrita por muchos como un experimento social más que un accesorio de moda funcional, y ha generado una ola de reacciones irónicas en redes sociales. No es solo Balenciaga quien lidera esta tendencia. Gucci, por ejemplo, ha presentado zapatillas que simulan estar rotas y sucias por más de 800 dólares, en una reinterpretación cuestionable del streetwear y la estética decadente. Louis Vuitton ha coqueteado con el exceso al presentar mochilas que integran múltiples bolsos en una sola pieza, sacrificando completamente la funcionalidad por una supuesta propuesta conceptual.

Estas propuestas invitan a una reflexión: ¿cuál es el verdadero propósito de estos diseños? Si no es la utilidad, ni la estética, ni la artesanía, ¿es simplemente el juego de la provocación con fines comerciales? Como asesora de imagen, creo firmemente en el poder del vestir como una herramienta de expresión personal





y social, pero también en la importancia del equilibrio entre lo funcional, lo artístico y lo emocional. Una prenda o accesorio no solo debe impactar: debe dialogar con quien lo usa y con el contexto donde se presenta.

Llevar una bolsa de basura como cartera o una cinta adhesiva como pulsera no es una declaración de vanguardia, es una banalización del diseño. La moda tiene todo el derecho de cuestionar cánones, pero no puede perder el respeto por su propia esencia. Ser 'disruptivo' no debería ser sinónimo de burlarse del consumidor, ni de producir piezas feas solo para generar conversación. En un mundo saturado de información visual

y tendencias efímeras, muchas personas compran estas piezas con el único fin de proyectar poder adquisitivo. El 'mira lo que tengo, porque puedo' se ha convertido en un título de 'pudiente'. Una necesidad constante de pertenecer a una élite estética que, irónicamente, se alimenta de lo absurdo para mantenerse exclusiva.

Estas piezas no son inofensivas. Detrás de cada objeto 'atrevido' existe un mensaje: que el lujo ya no se mide por la calidad ni el diseño, sino por la capacidad de pagar por lo injustificable. Es una estetización del sinsentido que refuerza la brecha entre quienes consumen con criterio y quienes consumen por estatus.

Como profesional del sector, resulta inevitable preguntarse hasta dónde puede llegar este ciclo de provocación vacía. La moda, que debería ser una expresión de creatividad, identidad y funcionalidad, se ha convertido, en algunos casos, en una parodia de sí misma. Y el público, confundido entre lo 'irónico' y lo aspiracional, sigue comprando.

Ser 'disruptivo' no debería significar ser absurdo. La verdadera revolución estética está en desafiar lo establecido con inteligencia, belleza y sentido. La reinención es vital, pero debe construirse sobre una base sólida de coherencia, no de escándalo pasajero. La moda tiene el poder de transformar, no de deformar.

Hablemos de bordados

Por Claudia Aguilar Valdivia*

La palabra bordado deriva del francés medieval borde. El término se aplicó inicialmente a los ribetes decorativos de punto tejidos en las vestiduras litúrgicas medievales. En esa época, la palabra abarcaba también el adorno en punto sobre cualquier textil. En el transcurso de la historia se conocen diversas clases de bordados, caracterizadas por el relieve que presentan, por la materia que consten, por el trazado de las figuras o los diferentes puntos que se producen al bordar con la aguja.

El arte textil en Perú es de una tradición cultural muy antigua, que se desarrolló hace más de 5,000 años y su aparición antecedió a la de la cerámica, orfebrería y escultura en piedra y madera. El bordado es una técnica utilizada en el arte popular peruano. Los bordados del Valle del Colca, Ayacucho, del Valle del Mantaro y de la costa norte peruana están entre los más destacados. El bordado ayacuchano se distingue por su colorido y se puede diferenciar muy claramente del bordado de Huancavelica y Huancaayo por su temática y forma. Los artesanos ayacuchanos dedicados al bordado tienen una variedad de productos, entre ellos se destacan los bolsos, carteras, caminos de mesa, almohadones, cinturones, tapices decorativos para pared, entre otros. Su proceso de producción se inicia con la confección de textiles planos en telares a pedal en fibras de alpaca o lana de ovino y, excepcionalmente, en algodón.

Una vez realizado el telar, se inicia el diseño del producto. Algunas artesanas poseen matrices o plantillas de cartón que se encuentran caladas para facilitar el dibujo sobre el telar, lo cual funciona muy bien cuando se solicita un pedido en serie; sin embargo, existen otras artesanas que optan por dibujarlo directamente para obtener un diseño más espontáneo. Sus representaciones están inspiradas en la naturaleza, ya sea en su flora o fauna, por lo que es

común encontrar picaflores, mariposas y abejas.

Los hilos empleados en el bordado son previamente teñidos tanto con tintes naturales como industriales. Cabe destacar que los ayacuchanos han conseguido especializarse en este campo. El teñido con plantas tintóreas de la zona como el nogal (tonalidades marrones y negro), la chilca (tonalidades amarillas), el molle (tonalidades verdes), la tara (tonos rojizos) y el pulgón de la cochinilla (gama de rojos) es una actividad de muchos años atrás, inicialmente empleada para la confección de tapices multicolores, y ahora compartida para matizar los bordados.

Para bordar se utilizan, por lo general, el punto crespado, relleno, cadena, atrás o tallo, rococó, comino, nudo francés, cebada. A pesar de su avance tecnológico, los ayacuchanos han mantenido la producción del tejido, de la misma forma que lo fabricaban desde sus inicios, excepto la tinte de la alpaca y el algodón. Estos se han modificado con tintes artificiales para contrastar nuevos colores que no se encuentran dentro en su paleta con ingredientes naturales.

Actualmente podemos ver cómo ha tomado fuerza este arte en la moda, prendas de uso diario con detalles bordados personalizados como casacas, faldas, prendas de denim y hasta zapatillas, las cuales tuvieron furor hace unos años en colaboración con la marca Converse. En lo personal, me encantan estos apliques en denim y prendas de cuerna. Definitivamente, me encantará ver cómo sigue evolucionando este bello arte.



* Diseñadora de modas.

*Este mes,
regálate confianza*

AUMENTO DE MAMAS

ANTES:

~~\$3000~~

DESDE:

\$2000

Incluye:

- ✓ Cirugía
- ✓ Implantes Motiva
- ✓ Anestesia
- ✓ Controles postoperatorios
- ✓ Sala de operaciones y recuperación

Contacto:

+51 977 435 120
+51 922 566 011



Look noventero

Inspiradas en el legado del running y reinventadas con tecnología actual, las Retro Running fusionan estilo noventero, comodidad ligera y versatilidad para destacar en cualquier momento, lugar o look. Para más información, visita la web oficial de Converse en converse.com.pe y síguelos en Instagram como @converseperu.

Converse
Wave Trainer
A13464C
S/399.90



Converse
Omni Trainer
A13326C
S/349.90



Converse
Omega Trainer
A13322C
S/299.90



Run Star Trainer
A15738C
S/299.90



Run Star
Trainer
A13053C
S/299.90

Converse
Omega Trainer
A13320C
S/299.90



Run Star Trainer
A13054C
S/299.90



Run Star
Trainer
A13055C
S/299.90

FISIOBARIC

Centro de Medicina Hiperbárica

POTENCIA TU SALUD

Descubre
las cámaras
hiperbáricas



La nueva alternativa para vivir más, sentirte mejor y recuperarte de enfermedades crónicas y operaciones.



967551879



@Fisiobaric_Hiperbárica

Diseño



O CONSCIENTE

Materiales con historia, origen y propósito.
El diseño peruano mira hacia el futuro
sin olvidar sus raíces.

Escribe: Fabiana Deekes

En el diseño contemporáneo peruano, los materiales ya no son solo soporte técnico o decisión estética: se han convertido en relato. A medida que crece la conciencia sobre la sostenibilidad, también lo hace el interés por insumos que reflejen

una historia, una conexión con el territorio y un compromiso ético con la producción.

Durante su participación en Expodeco 2025, la ingeniera Heiddy Canelo Espinoza, CEO de Perú Conchuela, compartió su mirada sobre el momento ac-

tual que atraviesa el diseño en el país. Desde su experiencia como especialista en materiales naturales como la conchuela fosilizada, habló sobre el potencial de estos insumos para proyectar una nueva identidad del diseño peruano a nivel global.



En el contexto actual, los diseñadores buscan materiales que resistan el paso del tiempo y reduzcan su impacto ambiental. La conchuela —ya sea en su forma a granel o como terrazo— responde a esta necesidad. Para Canelo, este tipo de insumos «representan un ejemplo claro de este enfoque: un material natural que ha evolucionado desde su extracción artesanal hacia procesos más tecnificados e industrializados, manteniendo su valor como recurso distintivo, duradero y alineado con prácticas de arquitectura y diseño responsables».

La conchuela fosilizada, presente en diversas zonas de la costa peruana, es uno de los materiales que está ganando protagonismo.

Su uso conecta con una búsqueda cada vez más extendida: la de crear espacios que reflejen identidad, pertenencia y equilibrio con el entorno. «Quienes buscan diseñar o renovar sus espacios valoran cada vez más los elementos que reflejan su estilo de vida y su identidad cultural», señala. Y añade: «Hay una mayor conciencia sobre la importancia de crear entornos que dialoguen con las costumbres, las emociones y la memoria colectiva».

El valor de estos materiales no está solo en su apariencia. Su origen artesanal y natural les otorga una carga simbólica que hoy es ampliamente reconocida. «Los materiales de origen local inspiran una conexión profunda con el territorio: transmiten

identidad, versatilidad y una belleza que se sostiene en el tiempo», afirma Canelo, subrayando que esta tendencia viene acompañada de una revalorización de lo propio y lo ancestral.



Detrás de este auge también hay una dimensión social: las comunidades locales cumplen un rol fundamental tanto en la extracción como en la preservación de estos recursos. «La cadena productiva de materiales como la conchuela no solo destaca por su valor estético o funcional, sino también por su dimensión social», explica. En su experiencia, el conocimiento del entorno que poseen estas comunidades enriquece el proceso y fortalece el vínculo entre diseño contemporáneo y saberes tradicionales.

Pero trabajar con materiales sostenibles en el Perú también implica desafíos. Según Canelo, uno de los objetivos principales es garantizar la trazabilidad, la disponibilidad y el cumplimiento de criterios técnicos y éticos en toda la cadena. «La sostenibilidad hoy no solo se mide por el material en sí, sino por todo el recorrido que hay detrás de él». Aun así, el interés del público — tanto nacional como internacio-



nal— por este tipo de propuestas crece de manera constante. «Más allá de la estética, lo que valoran muchos públicos es la autenticidad de los insumos, la historia que encierran y su coherencia con una filosofía de vida más consciente», comenta.

En ese sentido, materiales antes considerados rústicos o exclusivamente locales están encontrando lugar en proyectos globales, sofisticados y emocionalmente conectados con el usuario. Para Canelo, este fenómeno tiene un potencial transformador: «El uso de materiales sostenibles ofrece un gran potencial al permitir una propuesta auténtica, responsable con el medio ambiente y con identidad propia». Recursos como la conchuela permiten

integrar tradición e innovación en un equilibrio que diferencia al diseño peruano a nivel internacional.

La mirada hacia el futuro es optimista. «Si continuamos apostando por una mirada sostenible y culturalmente consciente, me imagino el diseño en Perú como un referente de Latinoamérica e incluso mundial, destacando como un ejemplo de autenticidad que va de la mano con la ética y la cultura tradicional». En esa afirmación, la sostenibilidad deja de ser una opción decorativa o tendencia de temporada: se convierte en una posición ética, estética y productiva. Un punto de partida que permite al diseño peruano crecer hacia afuera sin dejar de mirar adentro.





Valle h

Una casa moderna en medio de Pachacámac
que redefine cómo vivir el campo: luz,
amplitud y arquitectura sin excesos.

Escribe: Fabiana Deekes

Lo primero que se ve es la piscina. Una línea recta que parece no terminar, extendiéndose hacia el valle, fundiéndose con la ladera. En este rincón de Pachacámac, a unos minutos del centro, una casa de campo ofrece una lectura distinta sobre cómo habitar un entorno natural: sin más ornamento que el paisaje, sin otra intención que el descanso.

Disponible en Airbnb, esta vivienda apuesta por una arquitectura moderna con vocación de apertura. No se mimetiza con lo rural, pero tampoco lo evita. El diseño

abitabile



parece responder a una pregunta básica, pero crucial: ¿qué pasa cuando dejamos entrar la luz, el aire, el horizonte? El resultado es un conjunto de espacios amplios, silenciosos, funcionales. Todo está dispuesto para que el paisaje trabaje solo.

La casa cuenta con cinco dormitorios, diez camas y cinco baños y medio. Está preparada para recibir a más de 16 personas, lo que la hace apta tanto para reuniones familiares como para escapadas de grupo. Tiene también

una sala de cine privada, donde la doble altura y la aislación del ruido exterior permiten crear una atmósfera de concentración.

En el exterior, además de la piscina infinita, hay un jardín extenso, una terraza amplia y mobiliario dispuesto para encuentros cómodos y funcionales. Sillas, mesas, sombrillas y caminos definen el uso del espacio sin necesidad de intervenir en exceso. La arquitectura confía en que el clima y la vegetación hagan su parte.

El interior es sobrio. Los pisos os-

curos contrastan con paredes claras; los muebles son de madera y los elementos decorativos están cuidadosamente medidos. Hay ventanales en casi todos los ambientes, lo que garantiza una iluminación natural durante el día y una ventilación constante sin depender del aire acondicionado. La sensación es de amplitud, incluso en los espacios cerrados.

La cocina es abierta, con barra y conexión directa al comedor, lo que facilita la circulación durante reuniones. Los dormitorios





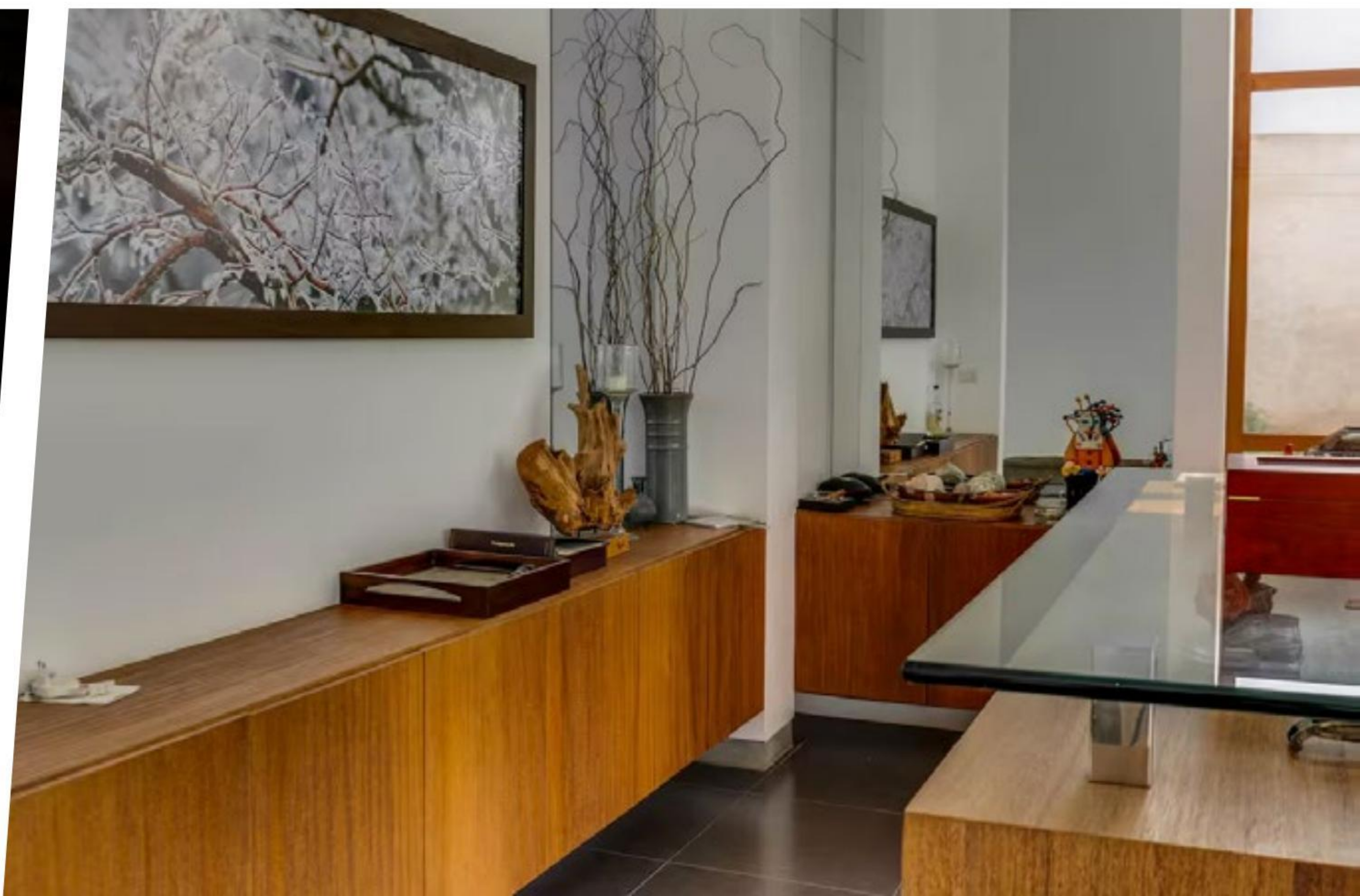
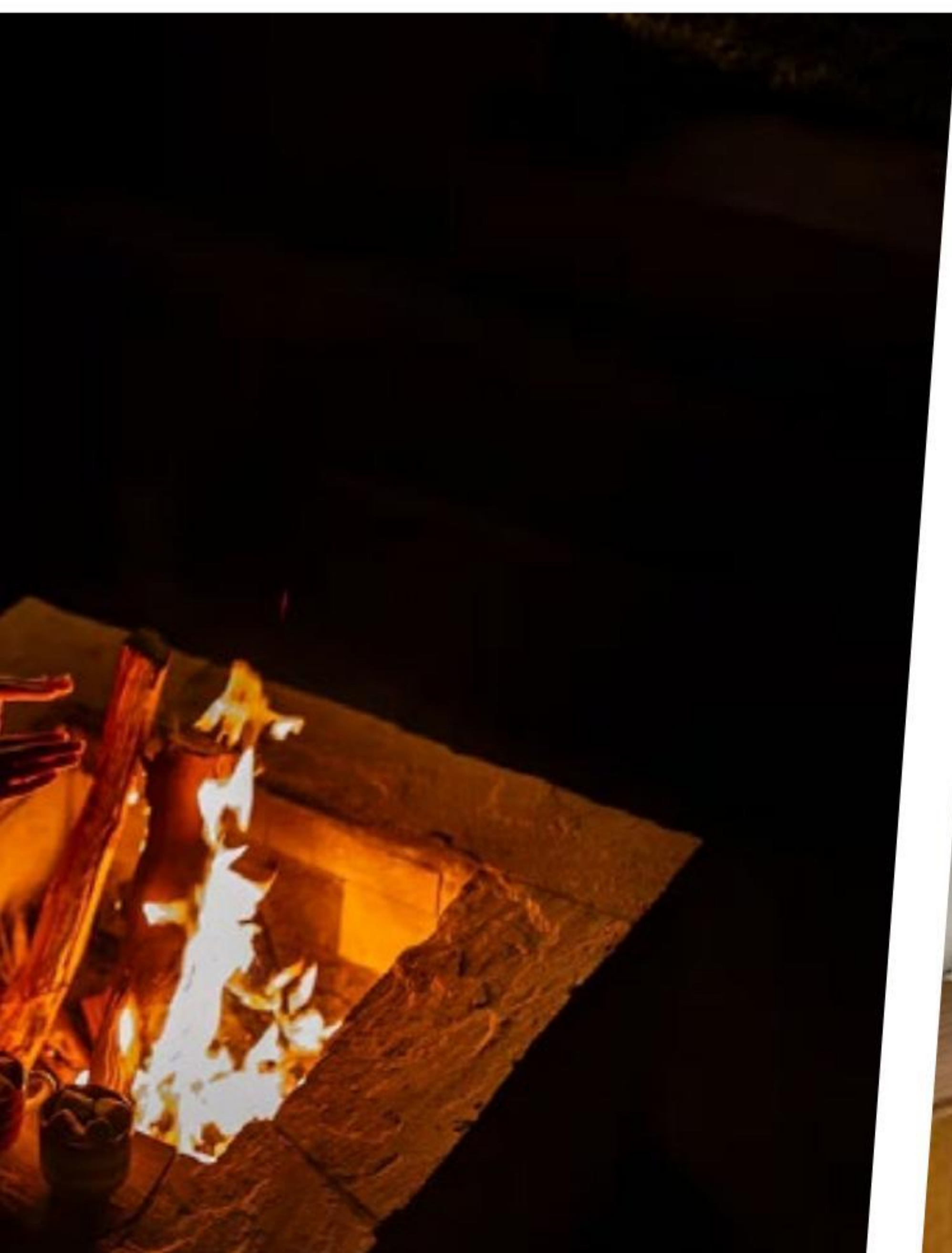
están distribuidos para garantizar privacidad y silencio. La casa está diseñada para ser recorrida en calma, para habitar sin apuro. Una de las decisiones más acertadas del diseño está en la relación entre el interior y el exterior. No hay transiciones abruptas. El cambio entre el estar interior y el jardín se da con fluidez. No hay escalones marcados ni muros altos; todo invita a moverse con libertad. Esto hace que la casa no solo se vea abierta, sino que realmente lo sea.

El alojamiento está pensado para

ser funcional también en eventos. El anfitrión indica que el aforo estándar es de 25 personas para pasar el día, y que pueden coordinarse grupos más grandes según los requerimientos. El uso de la casa incluye todas las áreas, con la excepción de la zona de acantilado y el espacio de guardinia, que se mantienen restringidos por seguridad.

Desde una vista arquitectónica, la casa propone un modo distinto de vivir el campo: no desde la nostalgia ni desde el estereotipo,

sino desde la claridad. No hay techos de teja ni muros de adobe; hay líneas rectas, materiales duraderos y decisiones que responden al contexto. Aunque el diseño es moderno, el espíritu de campo está presente. No solo por la ubicación o el clima, sino porque todo está pensado para mirar hacia afuera, para respirar, para reunirse o sólo estar. En ese gesto, esta casa encuentra su fuerza en ofrecer una experiencia abierta, generosa y directa, en diálogo permanente con el valle.



Tien



mpo detenido

Hay pueblos donde la vida no se acelera. En julio, elegimos cinco destinos andinos donde el tiempo no se impone, sino que se comparte. Un viaje a través de la permanencia y las memorias vivas.

Escribe: Fabiana Deekes

En un país tan vasto y diverso como Perú, hay lugares donde las prisas no han llegado. Pueblos en los que el calendario parece haberse ralentizado y donde la vida se expresa con otros ritmos. Estos destinos, menos presentes en las guías de viaje, invitan a mirar con calma, a caminar sin agenda y a dejarse tocar por lo esencial. A continuación, una selección de cinco pueblos peruanos donde la memoria, la arquitectura y la vida cotidiana resisten al olvido.

Quinua (Ayacucho)

A 40 minutos de la ciudad de Ayacucho, Quinua es un pueblo andino con paredes encaladas, techos de teja y una plaza dominada por el obelisco que conmemora la batalla de Ayacucho. En sus calles empedradas, la cerámica no es souvenir, sino oficio vivo. Cada familia guarda una tradición alfarera que se transmite en el tiempo. El mercado y las casas ofrecen comidas sencillas con insumos del valle. Quinua no se mira desde lejos: se camina, se conversa, se escucha.



Lampa (Puno)

A 80 kilómetros de la ciudad de Puno, Lampa ha sido llamada 'la ciudad rosada' por el color de sus muros. Su iglesia de Santiago Apóstol guarda una cripta con una réplica del Moisés de Miguel Ángel y un osario colonial que sobrecoge. Lampa fue importante en tiempos virreinales y mineros, y conserva ese esplendor sin maquillajes: plazas silenciosas, mansiones con

herrajes de época, calles que invitan a detenerse.

Sibayo (Caylloma, Arequipa)

A 3,800 m.s.n.m., en la ruta al Cañón del Colca, Sibayo destaca por su arquitectura de piedra y techos a dos aguas. Forma parte de la Red de Pueblos con Encanto y ha desarrollado un modelo de turismo rural comunitario que permite al visitante hospedarse en casas de pobladores

y participar de sus actividades cotidianas. Aquí no hay espectáculos armados ni horarios fijos: la experiencia es compartir el presente de una comunidad andina viva.

Cajatambo (Lima)

En la sierra de Lima, a casi 3,400 m.s.n.m., Cajatambo es una puerta a otro tiempo. Su acceso por carretera exige paciencia, pero la llegada recompensa con una





ciudad pequeña donde conviven restos arqueológicos, fiestas patronales, quesos artesanales y rutas de caminata que conectan con lagunas altoandinas. La plaza, el puente de piedra y los caminos antiguos siguen siendo parte del tejido cotidiano.

Llata (Huánuco)

Capital de la provincia de Huamalés, Llata está ubicada a 3,300 m.s.n.m. y conserva tradiciones

culturales y festivas de raíz quechua. Su feria dominical reúne a comunidades de los alrededores que intercambian productos y noticias. En sus alrededores se pueden visitar restos arqueológicos como Piruro y zonas naturales poco exploradas. Llata no busca ser destino, pero quien llega se encuentra con una forma de vida que persiste sin alarde.

Estos pueblos no están congela-

dos en el pasado: se han movido a su propio ritmo. La experiencia de visitarlos no se reduce a ver, sino a estar. Observar el gesto de un tejedor, escuchar una misa en quechua o comer una sopa cocinada a leña es entrar en un presente que se resiste a la prisa. En un julio de celebraciones y desplazamientos, tal vez valga la pena elegir un viaje donde el tiempo no se mide, sino se habita.



1



2



3



4



5



6



8



7



Expertos en comodidad

Vive una experiencia única de relax y comodidad con Rosen, expertos en descanso. Camas Funcionales, colchones, sofás, seccionales, muebles de terraza, almohadas y más. Encuéntralos en www.rosen.com.pe

1. Gabinete Bar Wexford
S/.2,999.00
2. Reposera Impostu Aluminio
S/.2,299.00
3. Cojín Lino Costa 60x40 cm
S/.169.00
4. Manta Chenille 130 x 170 cm
S/.189.00
5. Bergere Lass Tela Manual
S/.2,099.00
6. Mesa de Centro Kanus 95,2 x 89 cm
S/.2,199.00
7. Cama Boxet Classique+ 1,5 Plazas
S/.2,799.00
8. Funda Plumón Algodón Kids Reversible Hawaii S/.449.00



T-Cross

La SUV que se mueve a tu ritmo.



Motor 1.0L -
200 TSI Turbo



IQ Drive



VW Play
con pantalla 10"



Control de
estabilidad ESC



EL ARTE ~ DE SONAR

Con entusiasmo y madurez artística, Ekaterina Konysheva comparte cómo fue dar vida a su personaje en la novela 'Eres mi sangre', los retos que enfrentó en el set y momentos inéditos sobre su experiencia en la televisión.

Escribe: Sara Ríos

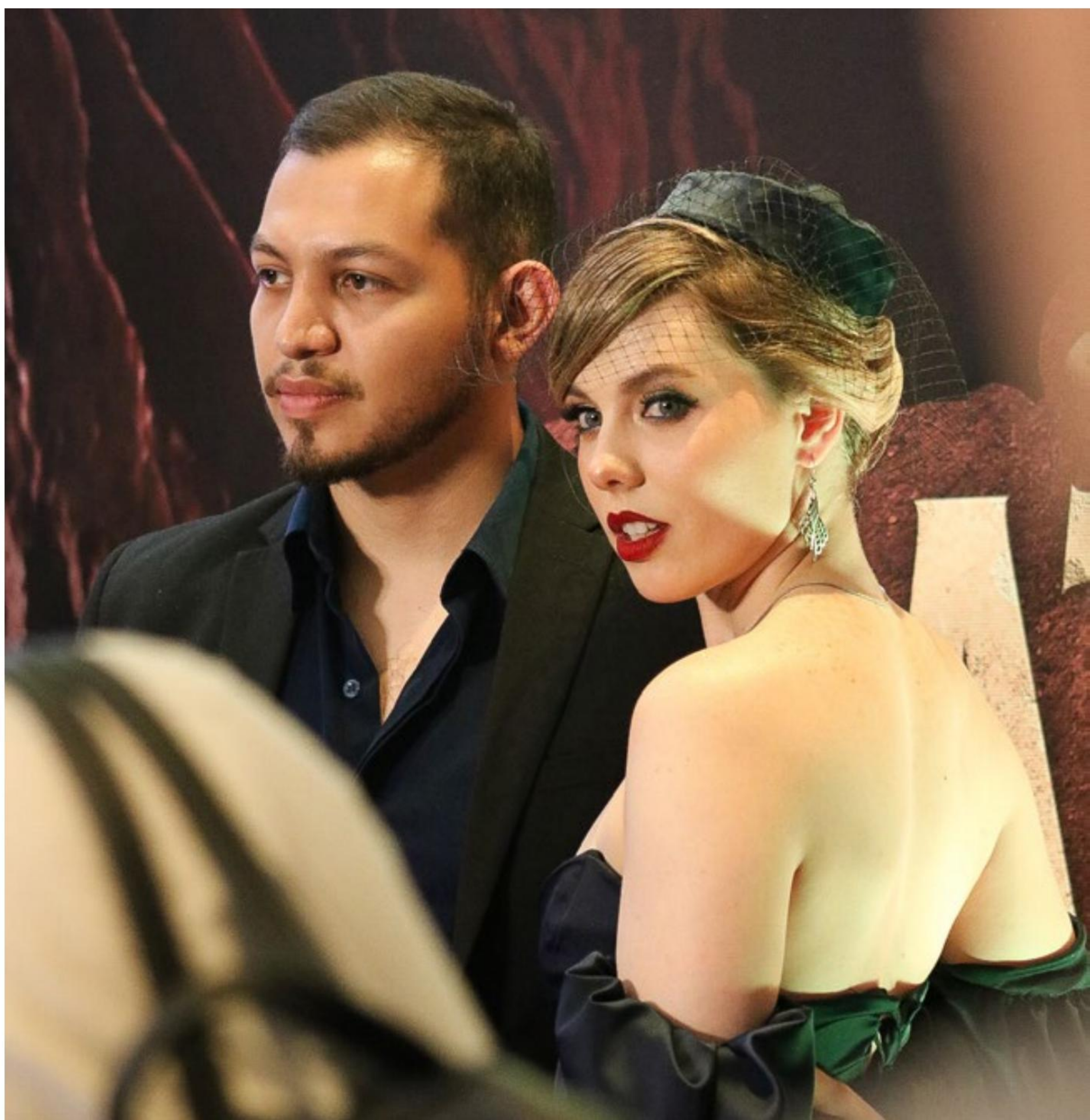
En esta entrevista, tenemos el placer de conversar con Ekaterina, una talentosa actriz que ha dejado una huella profunda en la audiencia con su papel en la exitosa novela de televisión 'Papá en apuros'. A lo largo de esta entrevista, exploraremos su enfoque hacia la interpretación de su personaje, los retos que ha enfrentado y cómo se ha preparado para dar vida a una historia tan cautivadora. Asimismo, nos revela cómo se organiza para trabajar y cumplir con sus funciones como madre.

La artista comienza a rememorar momentos inolvidables junto a su familia. «Mi mamá canta y toca muchos instrumentos. A mí me cantaban desde bebé, me relajaba mucho la guitarra». A su corta edad, Konysheva descubrió su pasión por la actuación. «La actuación me gustó a mis cinco años. Fue cuando ví una película de Harry Potter. Estaba muy asustada por ver las arañas. Mi mamá puso pausa y me explicó que las personas colocaban una pantalla verde y un guion. Luego de colocarle play, vi la película con otros ojos»



Además, señala que uno de sus mayores anhelos es trabajar con pantalla verde. «Me gusta hacer creer a las personas cosas que no son reales». Ekaterina recuerda su primera vez subiendo a un escenario. «En el día de la madre tenía que citar un poema, pero me dio pánico escénico. Así que salí corriendo del escenario», recuerda. «Mi primera experiencia en un teatro fue con la obra 'El abanico de Lady Windermere' en el Teatro Julieta. En la obra fui la protagonista. Estaba parada temblando», cuenta.

Por otro lado, la actriz habla sobre su participación en la novela de Latina y cómo se dio la oportunidad de unirse a la familia: «'Papá en apuros' fue interesante porque ellos han



buscado mediante publicaciones que decían 'se busca gringa con flow peruano'. Todos mis amigos comenzaron a compartir la convocatoria». «Hice la audición, pero me quedé sorprendida porque quedó a la primera toma. Mayormente, cuando es así, es porque todo está mal. A la semana se contactaron conmigo para avisarme que me quedé en el proyecto», expresa. Konysheva afirma que trabajar en televisión es un gran reto y que te ofrece nuevas experiencias. «Es el proyecto más grande que hice, ya que requiere mucho tiempo. Fueron seis meses de rodaje. Tu cerebro funciona diferente cuando trabajas en televisión»

Luego de su paso en *Latina*, la talentosa artista nos comparte sobre su interpretación en la novela 'Eres mi sangre', transmitida por América Televisión. «Me emociona demasiado este proyecto porque es la primera vez que estoy hablando con un acento peruano, ya que en otras oportunidades aparecí como 'gringa', 'rusa', 'americana'. Tenía miedo de trabarme. Soy una persona exigente, pero estoy aprendiendo a felicitarme», asegura.

Además, Ekaterina confirma que no fue una tarea fácil, ya que es madre. Sin embargo, no fue un impedimento para seguir creciendo profesionalmente. «Cuando grabé 'Papa en apuros' mi hija era lactante. Llegaba a casa y me sentaba para alimentarla mientras estudiaba los guiones. Ahora intento que me acompañe porque no quiero que

cuando sea grande le diga 'quise ser actriz, pero como naciste tuve que dejarlo'. Ese es el caso de muchas madres, entonces no quiero que piense que no cumplí mi sueño. Si le digo 'lo logré contigo en brazos', podrá hacer lo que quiera», manifiesta.

Ekaterina confiesa uno de los mayores retos que enfrenta en la novela de América Televisión: «Hablar bien el español y que quede a la primera», dice. Aunque puede equivocarse, la actriz afirma que en televisión no es lo

más recomendable. Ella interpreta a 'Estela', una secretaria de Tierra Alta. «Tiene mucho carácter. Pese a estar enamorada, sabe lo que vale. Su trabajo es prioridad», expresa.

La artista nos cuenta que este año estrena dos obras. «En septiembre estreno 'La Ratonera' en la Universidad de Lima. En octubre y noviembre 'La habitación de Victoria' en el Teatro Lucía. Comparto escena con Alexandra Graña, Gustavo Meier y Rodrigo Falla», finaliza.





El arte de la verdad

Julio Alguiar construye una carrera en el mundo del toro a paso doble. Se formó en España y hoy está a un paso de su alternativa en Perú. Más que una promesa, es una realidad que se labra con una admirable historia de sacrificio y arte.

Escribe: John Santa Cruz

La vida es como una muleta, con el destino chorreando de valentía por ambos flancos. Un vaivén de posibilidades que en el momento preciso, como un símil a la suerte suprema, aterriza en tu destino sin previo aviso. Fue un VHS en este caso, con una corrida del 2002 en Acho, con todos de Fernando de la Mora, Vicente Barrera, El 'Fandí' y Antonio Ferrera, que cambió la vida a un joven Julio Alguiar, que por casualidad vio este festejo que se transmitió en Plus Tv. Tenía unos cinco años cuando quedó impactado con estas imágenes, de un tipo delgado domando a un impresionante toro con un trapo en la mano, con finos movimientos

y temples de acero. Click. «Era como ver a un héroe», me cuenta. El esmirriado niño puquiano, ya residiendo en Los Olivos, a diario disfrutaba con el video, se colocaba de montera una bolsa, hasta que llegó Navidad.

La familia de Julio proviene de Sancos, uno de los veintidós distritos de la provincia de Lucanas, en Ayacucho; pero también cuenta con familia en Puquio, la capital provincial. Por ello está más relacionado a Puquio. Nació allí y su madre lo trajo a Lima, a buscarse la vida. Su padre fue ausente, pero siempre lo respetó. Tuvieron acercamiento ya de joven, cuando el novillero necesita de su firma para emigrar a España

a seguir formándose como torero, sin lograr conectar la sangre. Aunque la fecha que tiene viva en sus recuerdos es la navidad del 2005, cuando su madre le regaló un capote y una muleta. Fue el obsequito de su vida. Es más, hasta ahora las tiene en casa. Allí empezó esta historia. Lo que valora Julio es que su mamá, pese a ser muy humilde, se tomó su tiempo y lo poco que tenía ahorrado para darle esta felicidad eterna a su hijo. «Mi madre lo es todo», dice.

Ya con nueve años, durante el curso de computación, y capeando los rojos en la libreta, buscó en Youtube algún lugar donde aprender a torear. Le saltó uno de



la Universidad San Martín donde aparecía Alejandro Bollano, 'Jironcito', anunciando la escuela de Acho. Se matriculó en abril de 2009 y pudo por fin aprender este arte. En la clausura del curso, por diciembre, se topó con su primera vaquilla sin pitones. «Sentí allí la fuerza del animal». Al final del día, lo dieron como ganador del concurso de fin de curso. Pero días después se enteró de casualidad que su mamá había pagado para que pueda torear la vaquilla. El costo era de casi cuatrocientos dólares para poder participar. Esto no le agradó para nada, pues sabía que ese dinero le costó mucho a su madre, y decidió dejar todo. Así pasaron cinco años entre la natación, el colegio y otros deportes.

Joaquín de Jesús, torero con quien compartió la escuela de 'Jironcito' años atrás, se le cruzó por esas cosas de la vida y lo invitó a entrenar con su padre, 'Pepe' Fernández, cuando estaba por terminar la secundaria. La cita fue en el Potao, el club policial en el Rímac. Allí se encontró con Samuel Calderón, otro de su

promoción, así como con Renatto Motta, Santiago Espinoza, Angel Martínez y Oscar Quiñonez. Esto fue en el 2015. Entrenó duro y parejo hasta que se puso enfrente de otra vaquilla en Cora Cora. Esto le dio confianza para buscar plaza. En ese vaivén se coló en un tentadero en San Simón, gracias al dato de Víctor Hugo Garavito, donde compartió tienda con Cristóbal Pardo. Lo hizo tan bien que lo dejaron repasar seis de las ocho vaquillas. Allí se ganó el apelativo del 'Puquianito de Oro'. Se lo puso Don Manuel Sánchez Paredes. Y la suerte llegó.

Meses después, la periodista taurina Magaly Zapata organizó un concurso para aspirantes a novilleros y lo ganó. El padrino era el matador Joaquín Galdós, quien le obsequió un traje campero, camisas y un capote. Meses después tentaron juntos en Santa Rosa, la finca de Galdós, y allí le propuso ir a seguir preparándose en España, en la Escuela Taurina de Málaga, donde Galdós se formó. Habló con Fernando Cámara, el director de la escuela, y partió a pasar una prueba. Hoy, Fernan-

do sigue siendo su apoderado en la madre patria. A su regreso la tenía clara. Habló con su mamá. «Cómprame un pasaje solo de ida. Si regreso, es porque ya seré un torero». Fue la primera vez que le pidió apoyo a su madre. Se quedó en el departamento de Cámara y trabajó de repartidor de publicidad para pagar sus cuentas. Por las tardes entrenaba. Así llegó su primer novillo.

Fue en Albacete, en su reconocida plaza, en el 2018. Empezó con gaoneras, bien al cuerpo, con confianza, hasta que el novillo le pegó una voltereta y allí sintió la tenacidad del animal. Fue una oreja pues lo pinchó dos veces. Después fue a Córdoba, a la plaza de Colmenar Viejo, histórica pues allí murió 'El Yiyio'. Pese a esto se pegó una faena del señor mío. Lo agarró con la izquierda, lo domó, lo pegó al cuerpo y lo indultó. Besó la gloria por primera vez: dos orejas y un rabo. Pero la semana siguiente tuvo la prueba



que esperaba, pisar la arena de Málaga. Y de luces. «No tenía traje y solo 200 euros para comprar uno, cuando el más cómodo estaba en 500». Se armó de valor y le escribió a Andrés Roca Rey para que le preste uno. El limeño lo invitó a una tienda de Núñez del Cuvillo para conocerlo. Se olvidó de solicitarle el préstamo.

Días después, ya con la corrida en Málaga sobre la espalda, volvió a escribirle, con respuesta positiva. Le pidió que fuese a la casa de su mozo de espadas, que le tenía allí uno. Julio acudió y la sorpresa fue que eran dos trajes. Un verde manzana y oro que usó en su reaparición en Acho de 2017, cuando tuvo un mano con el Juli; y el otro el que se puso en su debut en la plaza México. Optó por el segundo. Al llamarlo para agradecerle por el préstamo, Andrés le respondió que ese traje ahora era suyo. Debutó en luces un 07 de agosto del 2018 con novillos de Gabriel Rojas. Años después



llegó La Maestranza. El Olimpo. Ese año, el 2018, tuvo doce novilladas. El 2019 estuvo en una novillada televisada. Lloró de emoción, pues era la primera vez que su familia lo vería de luces. En total fueron 64 novilladas en su paso por España. Triunfando en quince. Nadie lo hizo así.

Hoy, Julio está a puertas de vivir su alternativa, este 12 de octubre en Cajabamba. Tiene sobre las espaldas ser el tercer peruano que logró mover su capote en La Maestranza. Su mamá logró verlo en este hecho histórico, y lo hizo con traje de luces nuevo

de su primo Saúl. Luego regresó a Perú, estuvo en Acho el año pasado y viene construyendo su nombre a punta de finura y arte. Tiene un estilo estilizado, pero con mucho tesón. El acero ya lo domina, con una técnica antigua que le enseñó Andrés Castellón. Por eso se pase feliz por provincias, junto a su tío Ronald, hermano de su mamá, quien es su mozo de espadas. A mi gusto, es el torero que será el punta de lanza en el futuro, de técnica fina y garbo, mucho garbo. Este es Julio Alguiar, un chico que toreó el destino y es toda una realidad.

Transforma tu vida

Julio Príncipe es reconocido como uno de los referentes internacionales en Constelaciones y Consultorías Sistémicas. Graduado y magíster en Psicología, es profesor invitado a escuelas de posgrado para compartir su enfoque de consultoría y cambio generativo. Asimismo, es trainer de las más importantes certificaciones internacionales de Constelaciones Familiares y Organizacionales, además de entrenar en Syste-mic Host, su forma de trabajo descrita en este libro. Desde hace más de veinticinco años se dedica al acompañamiento de equipos y organizaciones en contextos de coaching, capacitación y consultoría de cambio.

Escribe: Valeria Burga / Foto: Enrique Oré



¿Bajo qué motivación escribiste ESCUCHA?

Nuestra cultura está enfocada en lo que no funciona. Las personas aprendemos más de nuestros aciertos que de los errores. Este libro busca apreciar lo positivo. Si más gente se atreviera a lograr cosas fáciles y divertidas, pues nos atreveremos a soñar. Eso me mueve a compartir los recursos para escuchar lo que sientes, aprender y conversar con uno mismo. El libro no reemplaza una terapia, pero te acerca a un proceso de coaching. Es una manera de imaginar una conversación con el lector.

¿Qué son las constelaciones sistémicas?

Es una forma de conversación que te ayuda a conectar con tus recursos, facilitar soluciones y generar comprensiones. En términos concretos, una constelación es un mapa espacial que te hace ser consciente de la imagen interna que tenías y, a través de ello, entender mejor las relaciones y sus efectos.

¿Por qué divides el libro en conceptos de claridad, humildad, apreciar, recursos, lenguaje y acción?

Al ser un libro que privilegia las conversaciones, quise encontrar un acrónimo

que sea fácil de recordar: la charla. Ello me permite hablar de claridad, humildad, apreciar lo valioso, los recursos, usar bien el lenguaje y tomar acción. Así conecté las ideas.

¿Cuál es la importancia de ser un buen host?

La postura de anfitrión genera disposición hacia los demás. Cuando recibes gente en casa, las estrellas son los invitados y no tú. Esta actitud nos permite mantener viva la curiosidad, tener abierto el corazón y la voluntad de crear una buena relación, empresa o cultura. Lo que queramos.

“EL UNIVERSO EXTREMO”

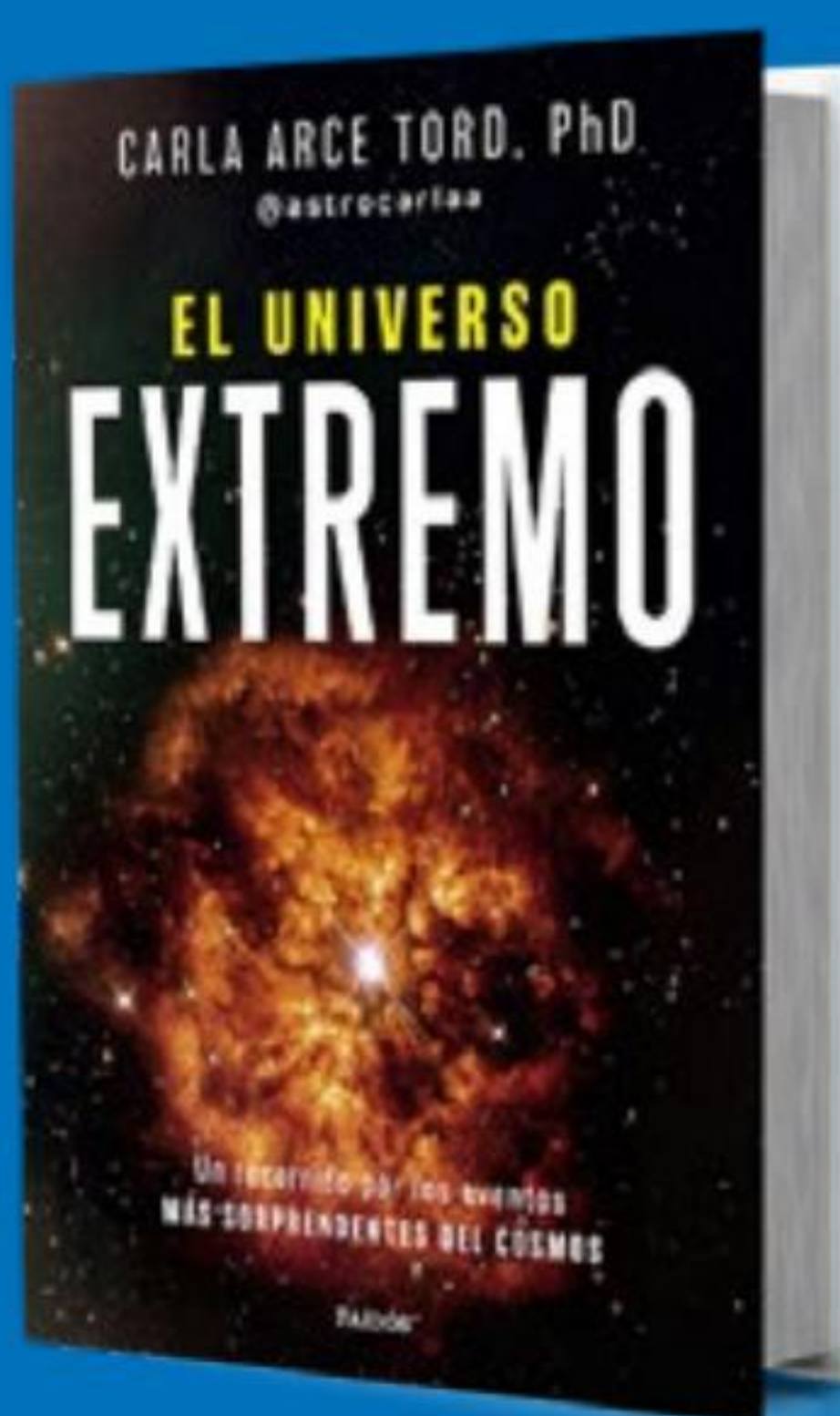
CARLA ARCE

Editorial:
Planeta

Año: 2025

Categoría:
Ciencia |
Divulgación

S/.89.90



“PARA ENTENDER EL CONFLICTO PALESTINO ISRAELÍ”

FARID KAHHAT /
RODOLFO
SÁNCHEZ-AIZCORBE

Editorial: Crítica

Año: 2025

Categoría:
Actualidad | Política

S/.79.90



“ABC DEL PARLAMENTO PERUANO”

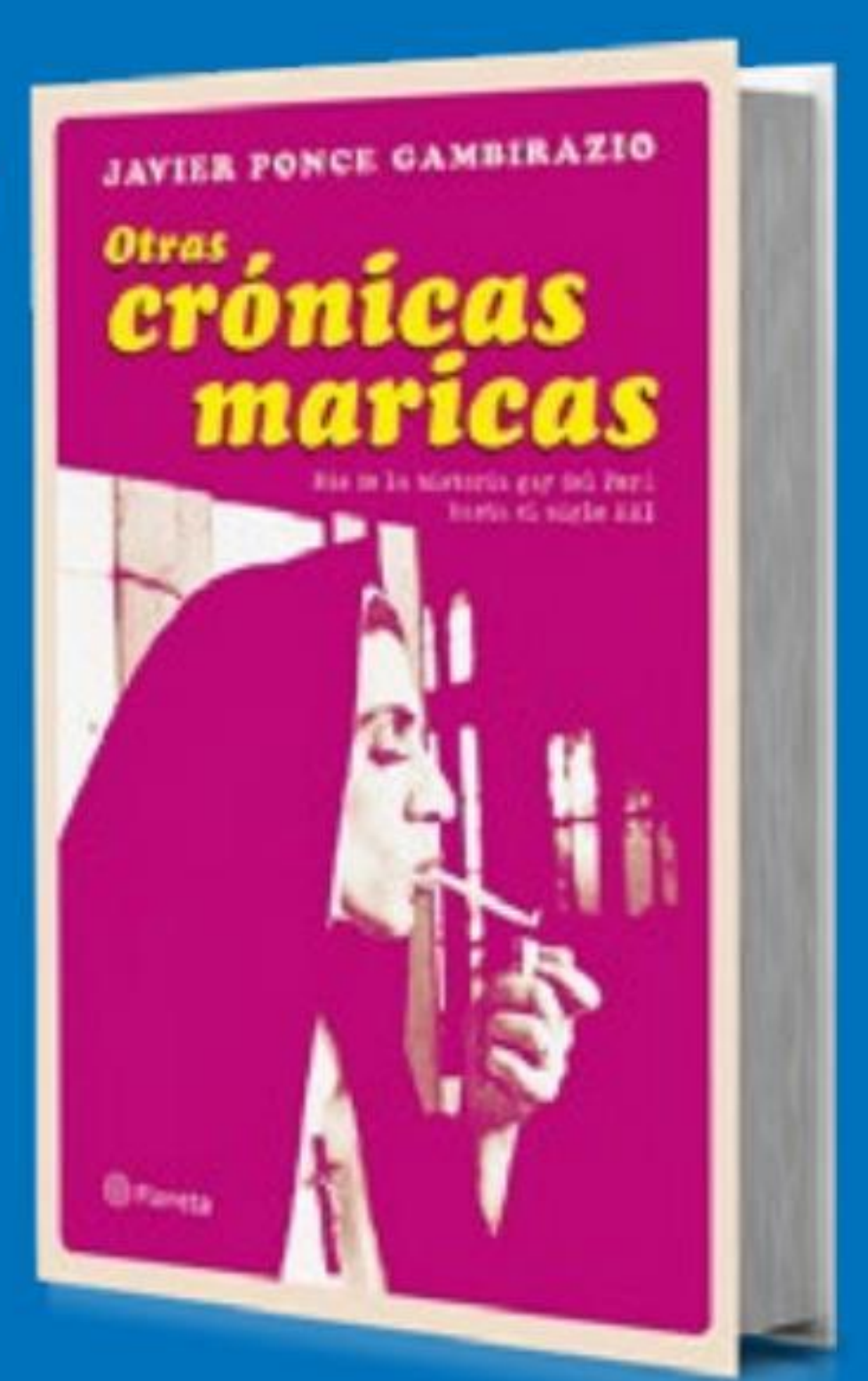
MARTÍN HIDALGO

Editorial:
Planeta

Año: 2025

Categoría:
Actualidad |
Política

S/.49.90





EL ENEMIGO

MENDOZA, ARGENTINA

NUEVOS SINGLE VINEYARD BONARDA



@elenemigowines

@alevigilmalbec

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Carrera que en el corazón

La competencia automovilística más desafiante de Perú vuelve con fuerza. Etapas de vértigo, paisajes imponentes y una historia que ruge sobre los Andes.

Escribe: Diana Montilla

El Rally Caminos del Inca no es solo la competencia automovilística más emblemática del Perú, es también una verdadera odisea sobre ruedas que desde 1966 pone a prueba la habilidad, resistencia y pasión de los mejores pilotos del país y de toda la región. Organizado por el Automóvil Club Peruano (ACP), esta carrera de una semana recorre más de 2.600 km por terrenos de asfalto y tierra, atravesando paisajes extremos y desafiantes desde Lima hasta Cusco, pasando por algunas de las serranías más duras del país.

Motores que cuentan historia

Inspirado en el sueño de recorrer los antiguos Caminos del Inca, y unirlos con la modernidad del deporte motor, este rally nació gracias a figuras visionarias como Román Alzamora y Eduardo Dibós Chappuis, quien quería unir la costa con la sierra peruana. Desde su primera edición en 1966, ha tenido más de 50 ediciones, cargadas de gloria, riesgo, tragedia y leyenda. A pesar de las interrupciones por la violencia política o la pandemia, Caminos del Inca siempre regresa más fuerte y más esperado que nunca.



late n





Etapas que cortan el aliento

Aunque cada edición tiene un recorrido distinto, hay tramos míticos como Ayacucho-Cusco, una etapa maratónica que mezcla paisajes impresionantes con desafíos técnicos extremos. También destaca el regreso de

rutras como Cusco-Puno o Arequipa-Cusco, que renuevan el espíritu de la competencia, con terrenos poco explorados y gran belleza natural. La ruta tradicional -Lima, Huancayo, Ayacucho, Cusco, Arequipa, Lima- sigue siendo la más emblemática,

uniendo cultura y motores a través del corazón de los Andes.

Un presente más competitivo que nunca

El Rally Caminos del Inca 2024 trajo sorpresas como la creación de la Copa Tracción Simple, ga-



nada por Raúl Velit y su Peugeot 208 Rally 4, demostrando que no todo es tracción total ni alta tecnología cuando hay talento. Para 2025, se proyecta una edición más reñida, con la copa expandiéndose a las categorías Súper 1600, Súper 2000 y Súper Turismo. Las inscripciones ya están abiertas, y los motores empiezan a rugir. ¿Estás listo para el desafío de tu vida? Este rally no solo es una carrera: es una declaración de amor en movimiento a Perú y a su geografía indomable.

Mucho más que una carrera

El Rally Caminos del Inca no solo mueve autos, también impulsa economías y conecta comunidades. Desde pequeños pueblos andinos hasta grandes ciudades, el paso de la caravana genera turismo, comercio y orgullo local. Para los fanáticos, es una oportu-



nidad única de ver a sus ídolos en acción; y para los pilotos, es más que un desafío de velocidad: es una prueba de carácter, resistencia y corazón. Caminos del Inca

es una fiesta sobre ruedas que une al país a través del rugido de los motores como eco del espíritu peruano. La edición 2025 va desde el 9 hasta el 19 de octubre.



La chica del vino y +

Por María Elena Cárdenas

*Sommelier WSET 3



S/.59.69



HEREDEROS DEL MARQUÉS DEL RISCAL ARIENZO CRIANZA 2019

Arienzo 2019, de la bodega riojana Marqués de Riscal, es un tempranillo lleno de frescura y frutas. Un vino fácil de beber y disfrutar, que ofrece aromas de frutos rojos y otros que me recordaron a un manjar de coco además de notas de vainilla, producto de haber permanecido 17 meses en roble americano. En boca es un vino suave, con taninos redondos y un final largo y amable que lo hace ideal para tomarlo solo con una buena conversación de por medio, pero también podemos acompañarlo con un asado de carne con puré como lo hice yo. De venta en principales supermercados, licorerías y a través de www.perufarma.com.pe

S/.49.90



PROTOS CLARETE

Protos Clarete es una mezcla de 95% Tempranillo acompañado de Syrah y Merlot. Este blend es elaborado a partir de viñas viejas que brindan concentración de aromas, sabores y taninos que luego se verán reflejados en el vino. Tiene un color rosa intenso que nos hace pensar en un vino fresco, pero con carácter. Una nariz llena de frutos rojos ácidos como fresa y frambuesa, además de algunas notas florales. En boca es un vino intenso y con mucha frescura. Aproveché que habíamos pedido comida china en casa para descorcharlo, y acompañó muy bien la variedad de sabores y texturas que tienen este tipo de platos. Creo que podrían experimentar probarlo con un clásico pollo a la brasa y quedaría bastante bien. Lo pueden encontrar en www.perufarma.com.pe

S/.109.90



LA CURIOSA CABERNET SAUVIGNON

Desde sus altos valles bolivianos, la bodega Cruce del Zorro nos trae La Curiosa, un Cabernet Sauvignon elaborado en pequeñas partidas, y que refleja lo que la nueva generación de productores bolivianos quiere ofrecer: calidad, identidad y terroir. Tiene una nariz que destaca frutos negros frescos, como mora y ciruela, notas herbales y un toque especiado. En boca es jugoso y de buena acidez, con taninos presentes pero maduros y con un largo y complejo final. ¿Con qué maridar este vino? Con un seco de res bien jugoso y sé que quedaría bien con otros platos criollos intensos y especiados como una carapulcra ligeramente picante, e incluso con un adobo arequipeño que equilibra perfectamente con el carácter frutado y especiado del cabernet Sauvignon. Si tienen ganas de conocer más, pueden conseguirlo en www.laalcoholeria.com

Julio es un mes donde, literalmente, ya sentimos el frío invernal, pero eso no impide que podamos comernos un ceviche y acompañarlo con un albariño bien frío, o tomarnos un vino rosado que acompaña una variedad de platos. Y por supuesto, que este clima también nos invita a tomar unos tintos más intensos y por qué no, un aperitivo que, a pesar de llevar hielo, igual nos haga entrar en calor. Todas esas opciones las encuentras en la columna de este mes.

S/.84.90



CYAN ROBLE TINTA TORO

Toro, de donde salieron los vinos que Colón llevó durante sus viajes a América. Es tierra de vinos intensos, pero Cyan Roble nos muestra el lado más fresco y joven de este lugar. Hecho 100% con Tinta de Toro (que es como se llama aquí al tempranillo), este vino combina potencia y frescura, con una crianza de al menos 6 meses en barricas nuevas de roble francés. Lleno de cerezas, moras, arándanos, café y un toque de vainilla. En boca, es jugoso, expresivo y con taninos suaves y un final largo. Es un vino fácil de disfrutar, ideal para una carne a la parrilla o algún queso curado. Esta vez no elegí maridaje. Simplemente lo disfruté con una buena charla junto a mis amigas vineras.

S/.110.00



ALBARIÑO PONTE DA BOGA

Desde las empinadas laderas de Ribeira Sacra, me llegó el Albariño de la bodega Ponte da Boga, la más antigua del lugar, que nos regala una versión diferente de la que seguramente conocemos de esta uva. Con vides cultivadas en terrazas que desafían la gravedad donde hay que utilizar arneses para poder vendimiar algunas de las vidas, y conocida por esa razón como 'viticultura heroica', este vino refleja el carácter de su lugar de origen como mineralidad y frescura. Es un vino sumamente expresivo y que en nariz ofrece sobre todo notas cítricas de cáscara de lima, toronja amarilla y mandarina, además de flores blancas como azahar, así como marcadas notas que recuerdan al pan y un fondo mineral. En boca tiene muy buena acidez y una textura sedosa y untuosa, producto de su contacto en lías por algunos meses. Lo probé con un ceviche casero hecho de bonito y funcionó bastante bien. Si quieren probarlo, lo consiguen a través de www.tyronimportadora.com o al WhatsApp 994 271 531.

S/.99.00



VERMOUTH ROSSO PERUCCHI IL GIOVANE

El vermut siempre ha sido una bebida clásica en las reuniones de mi familia, por eso para mí es tan conocido y fácil de tomar, pero si estás empezando a explorar el mundo del vermut, Perucchi Rosso Il Giovane es una gran elección. Es la versión más fresca y accesible del clásico vermut, pero sin perder ese toque elegante y aromático que lo hace especial. Tiene una mezcla de hierbas, especias, cítricos y una ligera nota dulce que lo hace más agradable. En nariz se perciben notas de canela, naranja y caramelo; y en boca es suave, con ese amargor justo que refresca y deja ganas de otro sorbo. Me gusta tomar el vermut como aperitivo con hielo y una rodaja de naranja, o como base para otros cocktails clásicos. Me gusta mucho el negroni, aunque esta vez lo preparé en un sbagliato: 1/3 de Vermut Rosso Perucchi il Giovane, 1/3 de campari y complete con un espumoso. Delicioso y refrescante. Anímense a prepararlo. Pueden adquirirlo escribiendo al WhatsApp de Ibérica Gold +51933908899

Ribera del Duero

TRADICIÓN, CALIDAD Y FUTURO

La Denominación de Origen Ribera del Duero es uno de los grandes referentes del vino español. Ubicada en Castilla y León, esta región es conocida por sus vinos tintos de calidad excepcional, que combinan tradición, innovación y compromiso con la sostenibilidad. A continuación, exploramos sus orígenes, características, y su relevancia en la actualidad.

Escribe: John Santa Cruz



uero:

Hablar de los viñedos de Ribera del Duero es navegar por una historia que se remonta a más de 2,000 años. Los primeros vestigios de cultivo de la vid en la región se atribuyen a los romanos, quienes reconocieron el potencial de estas tierras gracias a su clima extremo y suelos ideales. Durante la Edad Media, los monasterios consolidaron la tradición vinícola en todo el valle, convirtiendo al vino en

un elemento central de la economía y la cultura local.

No fue hasta el año 1982 que se creó oficialmente la Denominación de Origen Ribera del Duero, impulsada por un grupo de viticultores visionarios que buscaban proteger y promover la calidad de sus vinos. Desde entonces, la región ha crecido de manera exponencial, atrayendo inversiones y ganándose un lugar en el mercado mundial.



Características de un vino de Ribera del Duero:

Los vinos de Ribera del Duero se distinguen por su riqueza aromática, estructura y carácter.

La variedad predominante es la **Tempranillo**, conocida localmente como *Tinta del País* o *Tinto Fino*, que aporta esas peculiares notas de frutas negras, especias y taninos elegantes.

Otros varietales aceptados por la D.O. son:

Cabernet-Sauvignon

Merlot

Malbec

Garnacha Tinta



El suelo:



Los suelos de Ribera del Duero combinan calizas, arcillas y suelo pedregoso, lo cual aportan complejidad a los vinos, ofreciendo matices únicos dependiendo del terruño específico.

Altitud: 720 - 1000 m.s.n.m.



El Clima:



Oscilación Térmica

-20°C

42°C



El clima continental extremo de la región, con inviernos rigurosos y veranos calurosos, permite una maduración lenta y controlada de las uvas, lo que resulta en vinos equilibrados y longevos.

Principales bodegas de Ribera del Duero:



Vega Sicilia: Una de las bodegas más icónicas de España, famosa por su vino "Único".

Área de viñedos: 210 Has.

Pago de Carraovejas: Conocida por su enfoque innovador y vinos elegantes.

Área de viñedos: 200 Has.



Protos: La primera bodega de la denominación, que combina tradición y modernidad.

Área de viñedos: 600 Has.

Emilio Moro: Reconocida por su compromiso con la sostenibilidad y la calidad.

Área de viñedos: 200 Has.



Pesquera: Fundada por Alejandro Fernández, una de las pioneras en elevar el prestigio de Ribera del Duero.

Área de viñedos: 200 Has.



La región alberga **más de 300 bodegas**, muchas de las cuales han ganado reconocimiento internacional. Estas bodegas, junto otras de renombre, contribuyen a consolidar el prestigio de la región en los mercados globales.

Visión a futuro de Ribera del Duero:

La Ribera del Duero se proyecta como una región clave en el panorama vitivinícola mundial. Las prioridades para el futuro incluyen:

- **Innovación tecnológica:** Integrar prácticas modernas en el cultivo y elaboración del vino.
- **Sostenibilidad:** Reducir el impacto ambiental con medidas como el uso eficiente del agua y la protección de la biodiversidad.
- **Expansión internacional:** Consolidar su presencia en mercados emergentes sin perder la autenticidad.
- **Enoturismo:** Ampliar su oferta turística para atraer a más visitantes y fomentar el desarrollo económico local.

El equilibrio entre tradición y modernidad será fundamental para mantener su liderazgo en el mercado global.



Grandes campeones de la región:



Dominio de Pingus
Pingus 2016
98 puntos James Suckling
\$800-\$1,000 USD



Vega Sicilia
Único 2011
98 puntos Parker
\$400-\$500 USD



Pago de Carraovejas
Cuesta de las Liebres 2019
95 puntos Parker
\$100-\$150 USD



Emilio Moro
Malleolus de Valderramiro 2019
96 puntos Tim Atkin
\$90-\$120 USD



Aalto
PS (Pagos Seleccionados) 2020
96 puntos Peñín
\$120-\$160 USD

“MI PRIMER VINO NO
FUE UN RIBERA DEL DUERO”

EQUIVOCARSE SOLO ES EL PASO PREVIO A ACERTAR

CONSEJO REGULADOR DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN
**RI
BE
RA**
DEL
DUERO

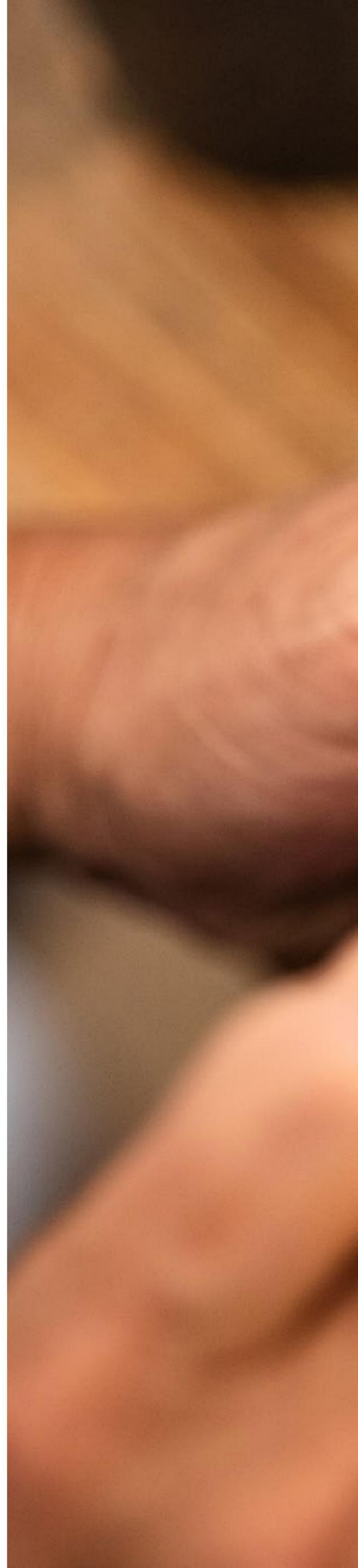
QUIEN LO PROBÓ,
LO SABE.



Creativo y original

Ernesto Catena nos vuelve a sorprender con el rebranding de la línea Animal Organic, demostrando toda su creatividad con las ilustraciones de la biodiversidad argentina. Ahora puedes llevar las etiquetas a todos lados gracias a StickArt. En esta nota te contamos de qué se trata.

Ernesto Catena es una mente creativa en el arte y en el vino. De hecho, cada una de sus etiquetas se traduce en una obra de arte líquida. De esta manera ha ido gestando vinos en la finca Vista Flores ligados al concepto orgánico y biodinámico, pues su mayor objetivo es preservar el medio ambiente, la flora y la fauna. Así surgió Animal Organic, etiquetas lúdicas para un público sin complicaciones a la hora de beber un buen vino. «Lo que buscamos en este







rebranding es poner en vitrina lo que Ernesto considera arte efímero. Queremos que sus etiquetas viajen por el mundo con un mensaje de la mano de StickArt como marca registrada. La idea es coleccionar las nueve presentaciones», nos cuenta Ezequiel Centanin, CEO de Ernesto Cateña Vineyards.

Las ilustraciones de la artista Inés Fraschina, quien ha colaborado con la reconstrucción de la línea Animal, reflejan el valor de la flora y la fauna argentina con especies emblemáticas como el yaguareté y el aguará guazú. Las etiquetas proponen un camino artístico y conceptual en torno a la biodiversidad, así como el cui-



dado de los recursos naturales. A Lima ya llegaron tres gracias a Romovi Wines: Malbec, Chardonnay y Cabernet Sauvignon. «Esperamos que más adelante puedan traer las demás: Syrah, Criolla chica, espumoso, blend de blancas, rosado y el blend de tintas. Además, queremos contarles que estamos por lanzar las botellas de 350 ml», añade.

Ernesto Catena Vineyards demuestra porqué es una bodega única. Sin duda, StickArt lo posiciona como una marca creativa y original sin precedentes. Ezequiel revela que han lanzado la línea Siesta Lost, proveniente de un laberinto de Malbec y cosechada a mano. Del mismo



modo, hace poco estuvo en Trujillo posicionando las marcas de Ernesto Catena de la mano de Trujillo Wine & Meat (TWM), representante de Romovi Wines en dicha ciudad. Visitaron diversos clientes como el Club Central de Trujillo, Golf Club de Trujillo, La Estampida, Parrilla El Uruguayo, Parrilla Don Eduardo y otros donde reconoce que el movimiento es positivo y va en crecimiento.

«Trujillo me sorprendió, sobre todo por la calidad de su carne de ternera. Alma Negra es un hit por allá. Me agrada ir a comunicar sobre el vino al interior de Perú, pues creo que es un pú-

blico interesante que se atreve a probar nuevos conceptos. A partir de ahora, cada viaje que realice a Lima tendrá su complemento en el interior. Estamos muy contentos de que nuestras etiquetas sean tan bien recibidas y complementadas con la gastronomía. Actualmente, la gente primero conecta con el concepto, luego bebe y disfruta», culmina.

Lo que hace Ernesto Catena es más que buenos vinos. Ahora podemos llevar su arte a cualquier lado. Ya tengo la etiqueta de Animal Malbec en mi Ipad. Las consigues en la tienda Concepto Placere en Swissotel. ¡No te quedes sin la tuya!



CONQUISTANDO EL MUNDO

Un vino peruano ganó la Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas 2025. Vittoria Gran Reserva se posiciona entre los mejores vinos del mundo.

Un vino peruano conquista uno de los escenarios más exigentes de la vitivinicultura internacional. Vittoria Gran Reserva, etiqueta emblemática de la marca Vittoria, ha sido galardonado con la Medalla de Oro en el Concurso Mundial de Bruselas 2025, posicionándose entre los vinos más destacados del certamen. Este logro marca un hito para el vino peruano, reafirmando su potencial y calidad frente a las grandes potencias del rubro.

Celebrado este año en Yinchuan, China, el Concurso Mundial de Bruselas reunió a más de 10,000

vinos de 50 países, evaluados por un jurado internacional compuesto por sommeliers, enólogos, compradores y periodistas especializados. En ese contexto, el Gran Reserva de Vittoria cautivó a los expertos con su complejidad aromática, equilibrio y expresión elegante.

Vittoria apuesta por una enología contemporánea con fuerte anclaje en el territorio. Su propuesta combina técnica, arte y una visión fresca del vino, dirigida a nuevas generaciones que valoran la calidad, la estética y la autenticidad. Forma parte del portafolio del Grupo Tabernero, una de las empresas vitiviníco-



las más importantes en Perú, con más de 125 años de trayectoria. Este reconocimiento internacional representa también el resultado del esfuerzo sostenido del grupo por elevar los estándares de la industria nacional y posicionar al vino peruano en lo más alto.

Vittoria Gran Reserva es el resultado de un proceso meticuloso. Elaborado a partir de uvas cuidadosamente seleccionadas en los valles de Ica y criado durante 18 meses en barricas de roble francés, este vino se distingue por su intensidad, estructura y persistencia. Presenta aromas de frutos negros, especias y notas tostadas, en un perfil sofisticado que refleja tanto el carácter del terroir peruano como la mano experta de su enólogo, Claudio Martín.

Desde su fundación, Vittoria ha buscado renovar la escena del vino peruano. Cada botella es una experiencia estética y sensorial que celebra la identidad peruana con mirada global. La Medalla de Oro obtenida en Bruselas consolida el camino de la marca, y abre puertas para su proyección internacional. Este reconocimiento demuestra que Perú tiene las condiciones, el talento y la visión necesarios para producir vinos capaces de competir en las grandes ligas.

El reconocimiento a Vittoria forma parte de un movimiento más amplio: el auge de bodegas pe-

ruanas que están apostando por vinos de alta gama, con inversión en tecnología, talento humano y exploración de microterroirs. Aunque tradicionalmente asociado al pisco, Perú empieza a hacerse un nombre en el mundo del vino, gracias a propuestas que combinan tradición, innovación y una identidad enológica emergente.

El Concurso Mundial de Bruselas —creado en 1994— es uno de los certámenes más importantes del circuito internacional. Su prestigio se basa en la rigurosidad de su sistema de cata a ciegas y su carácter itinerante, lo que permite resaltar la diversidad del vino global. Para una etiqueta peruana obtener Oro en este contexto es una declaración de capacidad, visión y calidad. Con la mirada puesta en nuevos mercados, Vittoria proyecta consolidar su presencia en el exterior, al mismo tiempo que sigue cultivando una comunidad local apasionada por el vino. La marca se prepara para lanzar nuevas añadas, expandir su portafolio y seguir generando experiencias que conecten a las personas con el placer de beber bien.

«El vino es cultura, es territorio, es emoción. Esta medalla es un impulso para seguir construyendo ese camino. Queremos que el mundo descubra el vino peruano, pero sobre todo, que el Perú lo celebre con orgullo», concluye el equipo de Vittoria.



VINOS DE LUJO

Benjamin Mitarakis es el Director de marcas de lujo de Concha y Toro para Canadá, Centroamérica y Sudamérica. Durante su paso por Perú, se tomó un tiempo para contarnos más detalles de cada etiqueta que promueve en los mercados a su cargo.

Escribe: Valeria Burga

Tercera generación de Concha y Toro con una vida entregada al negocio familiar. Benjamín creció entre los viñedos, aprendiendo del terroir y la industria del vino. Su familia conforma uno de los cuatro grupos más importantes del rubro vitivinícola a nivel mundial, lo que le sirvió para poder hablar con autoridad en cada mercado que representa. «He presenciado la creación de Carmín de Peumo, la nueva etiqueta de Terrunyo y cómo mi madre fue construyendo la marca Don Melchor hasta que se convirtió en número uno en el mundo. Tiene un espacio





DON MELCHOR
Almendra 1905



muy grande en nuestro corazón», relata.

Cuando hablamos de marcas de lujo, manteniendo la línea de Concha y Toro, iniciamos de menos a más con Terrunyo. «Significa terroir en latín y hace referencia a la mejor expresión de un terroir y una variedad», dice Benjamín. Son tres vinos. Terrunyo Cabernet Sauvignon del Valle del Maipo, proveniente del viñedo de Pirque Viejo, donde se establece la Casona histórica de Concha y Toro. Seguimos con el Sauvignon Blanc del Valle de Casablanca y Carmenere del Valle de Peumo, un origen único para la producción de Carmenere, la variedad emblemática en Chile.



Después encontramos a Amelia, un vino que rinde homenaje a la hija de Don Melchor. El proyecto comenzó en el Valle de Casablanca, pero la búsqueda incansable de su enólogo, Marcelo Papa, por el mejor origen para producir Chardonnay y Pinot Noir de alta gama los llevó a trasladarse al Valle de Limarí en 2017. «Nos dimos cuenta de que el potencial para el Chardonnay y la Pinot Noir era impresionante. De hecho, Amelia Chardonnay 2023 fue elegido como el Mejor Vino Blanco de Chile en 2025 por Tim Atkin, con 97 puntos, y obtuvo 93 puntos en Wine Spectator; que lo posiciona como el Chardonnay N°1 de Latinoamérica», comenta.

Marques de Casa Concha Heritage, mezcla de Cabernet Sauvignon y Cabernet Franc, proviene del viñedo El Mariscal, a dos kilómetros del viñedo de Don Melchor, en la prestigiosa Denominación de Origen Puente Alto. «Con este vino honramos la visión de Don Melchor al traer las primeras vides en 1880. Marques de Casa Concha Heritage hace alusión a esa herencia», sostiene. Continuamos con Carmín de Peumo, llamado así por el color carmín de las hojas del viñedo antes de ser cosechado. Proviene del block 32, el más antiguo de Carmenere que tienen en el viñedo de Peumo. Por ende, son viñedos únicos a nivel mundial al ser de pie franco, con selección masal.



Don Melchor es un caso excepcional dentro de Viña Concha y Toro. Es el único vino de la bodega que cuenta con un enólogo exclusivo para su elaboración: Enrique Tirado. Proviene de la reconocida Denominación de Origen Puente Alto, situada en la terraza más antigua del Valle del Maipo, un lugar con condiciones únicas a los pies de la cordillera de los Andes para el cultivo de Cabernet Sauvignon. La cosecha 2021 marcó un hito his-

tórico al ser elegida como el mejor vino del año 2024 por Wine Spectator, un reconocimiento sin precedentes tanto para la familia como para el país. «Los invito a todos a entender más el vino. La mejor forma de familiarizarse con este mundo es probando y degustando distintas variedades. Es un rubro interesante que tiene muchas aristas, pero sin duda guarda un espacio para cada persona», concluye.

Sommelier e importador: ¿evolución o conflicto de intereses?

Por Soledad Marroquín*

Cada vez se ven más casos de sommeliers de servicio que deciden abrir su propia empresa para la importación, un paso importante en el desarrollo de su profesión. Esto puede ser visto de una manera positiva, pues es un derecho en una carrera que está en permanente evolución; aunque también surge la pregunta, muy pertinente por cierto: ¿es posible realizar ambos roles sin generar conflicto de intereses?

En el mercado del vino en nuestro país se observa el ingreso constante y contundente de vinos importados, algunas veces se siente como una avalancha y el comentario 'hay demasiado vino en el mercado' resulta una frase que se dice casi todos los días. La realidad es que existe una larga lista de espera de bodegas extranjeras que están en la búsqueda de un representante local o explorando cómo llegar a este apetecible sector, donde la poderosa y cada vez más reputada gastronomía es el atractivo y gancho principal. Este movimiento incrementa la fuerte competencia entre las empresas importadoras que cada vez son más, aunque algunas desaparecen en el duro camino comercial donde la visión, experiencia, gestión gerencial y contar con el respaldo financiero es vital.

A esta interesante situación se suma la presencia de empresas de propiedad de sommeliers, profesionales cuya experticia en el servicio y conocimiento del cliente final, los motiva a dar este importante paso. En algunos casos, el sommelier se anima a emprender el proyecto solo, y va paso a paso, midiendo cada movimiento con cautela, seleccionando las bodegas que responden más a su gusto y preferencia personal. En otros casos optan por asociarse con empresarios que aman el vino, creen en la viabilidad del proyecto y se suman al mismo.

Hace unas semanas, dos amigos míos, Claudia Eraso y César Huanachi, ambos sommeliers de larga trayectoria y experiencia, unidos por la profesión, la pasión por el vino

y por el amor, lanzaron su emprendimiento en la importación de esta mágica bebida elaborada por pequeños productores. La selección de las bodegas se basa en su gusto personal y porque las consideran pequeñas perlas, como ellos mismos dicen. En este caminar los acompaña el empresario Hugo del Pino. Tiempo atrás, Claudia le corría al tema de importar vinos por lo complicado del mercado al que hoy ve más maduro que hace diez años. En la sommellerie aprendió que se puede desarrollar la profesión desde muchos aspectos. Además de ser Coordinadora de la EAS Perú, trabaja para diversas empresas relacionadas al rubro y comunica permanentemente las cualidades del producto, aunque reconoce que algunas personas tienen recelo al verlos como importadores.

Esto significa un escalón más en la carrera del sommelier y no representa competencia para las grandes importadoras, pero me pregunto ¿y para las medianas y chicas? Al final, el mercado es ancho y ajeno, con una visión amplia que debe tener en cuenta los distintos requerimientos de los diversos canales de distribución y comercialización (supermercados, tiendas, distribuidores), restaurantes y bares, y por supuesto ese sector donde está el gran consumidor final que cada día recurre a comprar directamente del importador, a través de su canal web o por el siempre efectivo WhatsApp.

La pregunta sigue flotando en el ambiente: ¿de qué manera puede generarse un conflicto de intereses cuando un sommelier de servicio en un restaurante es, al mismo tiempo, propietario de una empresa importadora de vinos? Ensayaremos algunas hipótesis en la próxima edición.



* Comunicadora gastronómica
@sol_marroquin

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Luigi Bosca

DE SANGRE



VINOS QUE EXPRESAN LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Nacida para el vino

Tenía en mente ser actriz, pero el destino la llevó a transitar por el mundo del vino para convertirse en sommelier y docente, su pasión más grande. Claudia Eraso es quien lidera la Escuela Argentina de Sommeliers en Perú, aunque ahora también está incursionando en la faceta de importadora.

Escribe: Valeria Burga

¿Cómo se dio tu primer acercamiento con el mundo del vino?

Quería ser actriz. Me fui a Buenos Aires para trabajar de camarera y pagarme los estudios de dramaturgia. Llegué a un restaurante francés donde uno de los socios me reclutó como asistente de cava. Recién en esa época se empezaba a hablar de los vinos varietales en Argentina. Todos eran vinos genéricos: blancos y tintos de corte. Mi jefe me mandó a cubrir una cata y fue la primera vez que tuve una experiencia real de una degustación guiada. Empecé la carrera en la Escuela Argentina de Sommeliers y volví a Mendoza con mi título.

Dado que Argentina es un país vinícola, donde hay mayor consumo, ¿por qué viniste a Perú?

Estuve mucho tiempo ligada a la hostelería. Un día le consulté a Susana Balbo si tenía conocimiento de algún puesto de sommelier fuera. Quería explorar más allá de Argentina. Me fui para Colombia a realizar capacitaciones para una importadora. Allí conocí al papá de mi hijo, entonces chef del Grupo Acurio. Vinimos a Perú, luego fuimos a Madrid, Buenos Aires y regresamos a Perú durante la crisis del 2010. No me gustaba Lima, sin embargo, lo primero que hice fue inscribirme en el curso de cata-



dores de pisco. Saqué algunos libros junto a Soledad Marroquín. Siempre me ha gustado realizar distintas cosas en la sumillería, no solo el servicio. Me encanta estar en la sala, pero amo la docencia.

¿Cuándo empezaste a enseñar?

Di clases en el Instituto Argentino de Gastronomía, después en Gato Dumas y CAVE. Siempre he estado ligada a la docencia.

Nunca te hemos visto con alguna marca de manera fija. ¿Es una filosofía personal?

Sí. Es una decisión. La exclusividad cuesta y yo tengo una marca personal formada. El hecho de trabajar con una sola marca te limita mucho a la llegada de otros productos. Por eso me parece importante trabajar con todos.

¿Cómo te sientes dirigiendo el programa de sommeliers de la EAS?

Increíble. En agosto se gradúa mi tercera promoción. Cuando apareció la oportunidad de traer la EAS a Perú, la primera persona que se me ocurrió como respaldo administrativo fue Robby Montenegro. Inés Pezzarini entró como socia junto a Marina Beltrame y desde ese momento vamos avanzando.

Ahora estás importando vinos junto a César Huanachi, tu pareja. ¿Cómo decidieron incursionar en esta faceta?

Por mucho tiempo me han buscado para importar. Como mendocina, existen muchas bodegas argentinas que se contactan conmigo para ello, sin embargo, no había querido hacerlo porque es

un negocio a largo plazo. César, por su lado, tiene como sueño trabajar en el servicio de su propio restaurante. Estábamos buscando eso en realidad, hasta que apareció Hugo Huertas del Pino, quien había sido su jefe en Maximiliano. Somos cuatro socios. La esposa de Hugo tiene un club de vino que armó en la pandemia. Entonces, todos hemos coincidido en nuestra pasión por la buena mesa, la gastronomía y el vino. Mientras más nos conocemos, todo va fluyendo mejor.

Entre tantas marcas y bodegas que existen actualmente en el mercado. ¿Cómo escoger lo más adecuado?

Lo primero que vamos a importar es Chile y no Argentina. El valor agregado ha sido el factor humano. Los tres productores chilenos que vamos a traer en el primer embarque son de proyectos muy pequeños, pero significativos. Por allí hay un semillón, criolla, riesling de altura, chardonnay y pinot noir con un perfil distinto. De Argentina traeremos una bodega de más volumen, Dharma.

¿Qué te gustaría realizar más adelante a nivel personal?

Quiero seguir con mis certificaciones. Le apunto al WSET Diploma. Por el lado de EAS, junto a Gabriela Rovati hemos empezado a dar talleres de cuatro clases en iniciación del vino y maridajes. El próximo año, está en mente abrir una sede de EAS en Ica. Ser docente significa seguir aprendiendo y explorando sobre el vino para llevar la educación a más lugares.





En la frontera de lo posible



Pablo Aranda, Director de Exportaciones del Grupo Avinea, siempre estuvo ligado a la industria del vino desde el ángulo comercial. En este momento de su carrera se encuentra poniéndole foco a Otronia, el proyecto de Patagonia Extrema, el más austral del mundo, en la frontera de lo posible.

*Escribe: Valeria Burga
Fotos: Cristhian Cisneros*



Pablo Aranda lleva toda una vida dedicada al mundo del vino. Criado en Mendoza, la zona vitivinícola emblemática de Argentina. Sus conocimientos en la industria aportados por su padre y abuelo, junto a su experiencia internacional, lo llevaron a ser el Director de Exportación de Grupo Avinea. «Lo que faltaba era diferenciar el producto, darle valor y salir al mundo a mostrarlos. Alejandro Bulgheroni Family Vineyards confió en mí para ello. Luego de algunos años se logró ese ansiado posicionamiento y comenzó la expansión internacional de Bodega Otronia que tuvo su primera cosecha en 2018 y desde allí alzó un vuelo extraordinario», nos cuenta.

Grupo Avinea deseaba incursionar en un lugar totalmente extremo y nuevo. En la Patagonia, específicamente en el paralelo 45, no existía registro de vitivinicultura. «Otronia va en honor a quienes viven cerca del lago Otrón. Es un proyecto de 50 hectáreas en la Patagonia extrema, el proyecto vitivinícola más austral del mundo», asegura. «Cada hectárea está protegida con álamos plantados en alta densidad y colocamos un sistema parecido a las mallas antigranizo de manera horizontal para filtrar los vientos. Nosotros tenemos dos enemigos: el viento y el frío, que al mismo tiempo son nuestros mejores aliados. Desde septiembre hasta marzo podemos sufrir heladas. Por ello trabajamos con

un sistema de riego de aspersión, que cubre las vides con un efecto que llamamos iglú».

Otronia inicia con la línea 45 Rugientes: Pinot Noir, Rosé Pinot Noir, Merlot y Blend de Blancas (Chardonnay, Pinot Gris, Gewürztraminer y Riesling). Después siguen Otronia Chardonnay y Pinot Noir. En principio, esta bodega iba a ser dirigida únicamente a la producción de espumosos, pues pensaban que el frío no era capaz de llevar los grados de azúcar al punto de elaborar vinos tranquilos. El 80% de las hectáreas son de Pinot Noir y Chardonnay. Por supuesto que hacen espumosos, de hecho ya llegó a Perú el Brut y Brut Rosé bajo el método tradi-

cional y con 36 meses en contacto con lías; pero el foco está en los vinos tranquilos.

Otras novedades son el Torrontés de la línea Lagunar, una exploración más de la firma. Esta uva argentina es propia de Salta, al norte. Patagonia se ubica a 3500 kilómetros de allí, lo que significa un reto más ambicioso. «Trabajamos con fudres de 5000 litros para suavizar la acidez y preservar la fruta. Es más fresco y floral». Algo que llama la atención es el vino naranjo, este año hecho de Gewurztraminer. El espumante Brut anteriormente mencionado se encuentra en el menú degustación de Cen-

tral, mientras que los vinos 45 Rugientes y Otronia en la carta de los principales referentes de Perú, incluido Maido, el mejor restaurante del mundo. Es algo realmente único en Argentina», manifiesta. Pablo me cuenta que el año pasado cosecharon las primeras uvas para hacer un potencial Ice Wine en Argentina. Será el pionero de Sudamérica. Del mismo modo, también se viene un Riesling monovarietal.

No cabe duda de que el éxito de Otronia en Perú no sería posible sin el trabajo de Romovi Wines bajo el liderazgo de Robby Montenegro. Su comunicación le ha permitido a Otronia llegar a los

principales sommeliers de Perú y posicionarse en las mejores cartas. «Queríamos a alguien que entienda el producto para luego comunicarlo. Es un proyecto que requiere pasión, la cual compartimos con Robby», asegura. «Desde Grupo Avinea estamos comprometidos con la vitivinicultura sustentable, con más de 350 hectáreas orgánicas plantadas y certificadas en el país (incluyen los proyectos de Bodega Argento y Bodega Pacheco Pareda). Ese es nuestro objetivo. En cuanto a Otronia, nos complace seguir posicionándonos y ser referentes del sur argentino. Es un proyecto del cual nos sentimos muy orgullosos», concluye.





En la mesa no se envejece

Por Jasmine Rincón Morales*

Italia ha hecho de la mesa un templo y de la comida un lenguaje. Lo vi reflejado hace años, cuando un chef italiano —con especialidad en cocina regional italiana— me preparó un Timballo di scrippelle. Aquel plato, originario de Abruzzo, de innumerables capas de crepes, unidas entre sí, era más que una receta; era una declaración. En su preparación había paciencia y en su sabor historia. Mientras la salsa se espesaba al fuego y el aroma de los ingredientes llenaba el lugar, entendí que, en la cocina italiana, el afecto y los recuerdos se cocinan a fuego lento. Aquel platillo me hablaba de historia, de paciencia y de cariño tangible.

Un conjuro italiano contra el paso del tiempo, ‘A tavola non s’invecchia’ — ‘En la mesa no se envejece’ — no solo porque los manjares bien servidos alimentan el cuerpo, sino porque el acto de compartirlos rejuvenece el alma. Este proverbio encierra una verdad innegable: el ritual de la comida en comunidad es mucho más que un simple intercambio de platos. Es un anclaje emocional, un refugio donde las preocupaciones se diluyen entre el tintineo de copas y el rumor de las conversaciones. Sugiere que la alegría y el placer compartidos en la mesa tienen el poder de retrasar el envejecimiento. El actor ítalo-estadounidense Stanley Tucci lo retrata con fervor en su serie: Tucci en Italia, donde captura ese mismo espíritu.

En Siena, la contrada convoca voluntarios, sin adiestramiento profesional y que ocupan ollas y hornos desde el amanecer, desafiando la lógica del reloj, convertidos en custodios de un banquete comunitario — para unas mil personas— que trasciende recetas para abrazar la identidad de un pueblo. Los fogones se convierten en un teatro donde ingredientes humildes acaban convertidos en festín, y lo más valioso no es la técnica, sino el latido común que envuelve cada cuenco y cada copa. El concepto de Campanilismo, que Tucci menciona en su serie, refuerza esta idea de comunidad. No pertenecemos a un país, sino a la zona donde se alcanza a escuchar el

sonido de nuestro campanario. La identidad no es solo geográfica, sino sensorial, construida a base de aromas familiares, platos que nos vieron crecer y rituales que, aunque parezcan pequeños, nos sostienen en el tiempo.

Quizás por eso, en Italia no se concibe la soledad en la mesa. Comer solo es casi una excepción, porque cada plato parece pedir compañía, cada copa parece querer ser alzada en un brindis. Hay una historia por contar, un vínculo por fortalecer y una juventud que se conserva, no en la piel, sino en el corazón. La gastronomía italiana, aquí, se revela como un acto de arraigo y un abrazo que viaja en el viento. En esa inmensidad de mesas compartidas, el proverbio acaricia la realidad, en cada copa alzada y plato servido late la promesa de no envejecer.

Pocas obras captan con tanta ternura esa esencia como Nonnas (2025), la película que rinde homenaje a un restaurante donde las verdaderas chefs son abuelas de diversa procedencia. En la pantalla, ellas bromea y preparan platillos, mientras repiten una y otra vez ‘En la mesa no se envejece’ en varias escenas, como un mantra que rescata la eternidad de los sabores y los lazos que construimos alrededor de un plato en compañía. Si alguna vez nos preguntamos dónde se encuentra la verdadera fuente de la juventud, tal vez la respuesta esté más cerca de lo que creemos: en una cena, en un brindis, en una conversación que nos hace olvidar que el tiempo sigue avanzando. La mesa, amigos, es nuestro primer laboratorio de felicidad. Alla vostra salute, e alla gioventù che non tramonta.



Neurogastrónomo y Sommelière
@laneurogastronomia

OTRONIA

PATAGONIA EXTREMA



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Humanizando el liderazgo

El liderazgo y la creatividad de Macarena Hurtado lograron consolidar al equipo de Hidden Experimental Bar. En esta nota conversamos sobre la filosofía que la llevó al éxito dentro y fuera de la barra.

Escribe: Valeria Burga

Macarena Hurtado, antes de ser mi amiga, es una de las mejores bartenders y jefas que conozco. Fuera del tema de técnicas, el liderazgo que traslada a su equipo de Hidden Experimental Bar es de admirar. No sabía que estaba estudiando comunicaciones hasta que le hice esta entrevista. Me contó que le apasionaban las letras y que el bar no era una posibilidad hasta que le mandaron a hacer un documental sobre ello. «En aquel tiempo, la gastronomía estaba en auge y el boom de la coctelería

ni siquiera había empezado. Me tocó hacer un documental sobre el bar y fui con mi grupo al Hotel Bolívar. El bartender nos hizo sentir muy cómodos. Fue algo diferente, pues en un inicio me había inclinado a realizar reportajes en zonas rurales», relata.

Este evento disparador en su carrera hizo que cambie de rumbo. Apostó por el bar pese a que algunas cosas estaban en su contra. Dejó la universidad y se adentró en la mixología. Ha pasado por las barras de cafeterías, discotecas, trattorias y restaurantes hasta que llegó a Pitahaya





Loungue, liderado por Franco Cabachi, quien hoy es un referente del rubro. «Él me cambió el panorama», asegura. «Lanzamos la carta y me dio la oportunidad de realizar mi primer viaje de trabajo a Cancún, México. Estuve un año por allí. Luego me tocó ir a Argentina, Brasil y Costa Rica, donde estuve hasta que llegó la pandemia. En Costa Rica aprendí a hacer cerveza, ginger ale y ginger beer. La gente no le daba tanta importancia, pero yo lo hacía por amor al arte. Antes la coctelería no tenía un lugar consolidado, menos si las ideas venían de una mujer».

Hubo un momento donde sintió que había logrado mucho fuera

de Perú, sin embargo, aún no desarrollaba algo que realmente le llenase desde adentro. Regresó, lanzó su primera carta en Limbus de Cusco, ingresó al Grupo Dasso, estuvo en Dadá y Mercado 28. Un día le llegó la llamada de Aaron Diaz, uno de los máximos referentes que tenemos en el país, maestro de la coctelería conceptual y una mente creativa. No dudó en aceptar su propuesta cuando él se estaba uniendo a Hidden Bar. «Aaron cambió todo el concepto y lo volvió Experimental. Tomamos la coctelería moderna y clásica para reversionar con un ligero twist. Tuvimos que leer mucho sobre clásicos. Lo que más me gustó de la entrevista que tuve con él fue que

confió en mí desde el primer momento. No me preguntó sobre lo que ya conocía, sino que me invitó a aprender en conjunto y a liderar. Me agradó su franqueza y sinceridad. Cambió mi manera de manejar un bar», rememora.

Junto a Aaron sacaron Modern Classic, donde aún conservan la Piña Colada reversionada que se convirtió en mi favorita desde que la probé el año pasado. Tiene una mezcla de ron blanco y añejo. Lo interesante es que lleva copoazú para darle acidez y textura que no es común en este cóctel. Usan un jarabe de coco especiado, un poco fortificado con amaretto y bitter de cacao. Se le añade piña, naranja

y limón. La decoración va con chocolate blanco. Es el match perfecto. Tiempo después lanzó una nueva carta inspirada en películas de los 90s y 2000 junto a Juan Diego Romero. De aquí destaco Duro de Matar, que viene en un envase de muñeco de nieve. «Vimos todas las películas para hacer los cócteles. En el caso de Duro de Matar nos costó encontrar los insumos adecuados porque todo es mucha pelea y acción. Decidimos ambientar el cóctel según la época en la que se desarrolla: navidad. Una mezcla de sabor con ron, pisco quebranta, piña, pasas y arándanos. El garnish hace alusión al muérdago. Todo muy navideño», menciona.

Ahora Maca lidera la barra de Hidden Experimental por completo, respaldada por todo su equipo. Eso es lo que hay que rescatar de ella. «Mi equipo va a cumplir dos años a mi lado sin rotar. Me siento orgullosa de eso. Hay que cuidar el estado emocional de cada persona, porque todos son valiosos y tienen diversas habilidades que aportan al objetivo global. Para mí, es importante como líder sostener el equipo y darles las herramientas que necesitan», puntualiza. Pronto habrá novedades en Hidden. Los sigues como @hiddenbar.pe. Visítalos en Pasaje Mártir José Olaya 129, int 102, Miraflores.



Juvé & Camps Challenge: Peruanos en la mira

Recorrimos los bares liderados por los tres ganadores del Juvé & Camps Cocktail Challenge junto a Enrique Durández, Director de Ventas de la firma. El protagonista fue Juvé & Camps Essential Púrpura. Aquí los detalles.

Escribe: Valeria Burga

Durante los últimos 100 años, Juvé & Camps se convirtió en una de las casas de vino espumoso más importantes del mundo, claramente con su enfoque exhaustivo en el cava de calidad. En la era contemporánea, una personalidad que marca la pauta de su éxito en el mercado es Enrique Durández, su Director de Ventas. Durante sus viajes por Latinoamérica quedó impresionado por la coctelería. Ello lo llevó a proponer un Cocktail Challenge con Juvé & Camps utilizando Essential Púrpura, cava reserva de 24 meses, una larga crianza







y un brut con 6 a 7 gramos de azúcar que contribuyen a la coctelería.

«Entre los ocho países de Latinoamérica que participaron, Perú fue el que obtuvo más finalistas. Creo que este país es más que su gastronomía, pues las barras tienen mucho que contar. En este concurso buscamos que el bartender sea creativo y que utilice productos que se puedan conseguir en todas partes del mundo. Por supuesto que el protagonista tenía que ser Essential Púrpura y después había varios

apartados como imaginación, presentación en redes sociales, dinámica e innovación», comenta. «En España, los ganadores conocieron nuestra bodega, donde les mostramos cómo desarrollamos el cava y el resto de los vinos tranquilos. Además, parte del premio fue conocer el bar Sips, el número uno del año pasado», agrega.

Aprovechando su disponibilidad, visitamos en conjunto a los tres bartenders ganadores en sus respectivas barras. Empezamos en Bijou, la joya escon-

dida de Miraflores, donde John Rojas, maestro del flair y la mixología creativa, nos presenta Visionario, un cocktail minimalista —muy a su estilo— donde rescata la visión que tuvo Joan Juvé para crear Juvé & Camps. Este cóctel fresco tiene como base al pisco, sumado al sauco, cordial de piña y limón. Lo más interesante es el aire que coloca en la superficie, pues está hecho con Juve & Camps Essential Púrpura a fin de percibir la elegancia del cava en la primera impresión. Seguimos en Relativo liderado por Jair Rosas, ex-

perto en aperitivos. Nos recibe en el primer piso, enfocado en los cócteles clásicos. Para no perder su esencia, presenta un cóctel aperitivo fresco y floral compuesto por pisco Barsol torontel, cordial de lavanda, camu camu y Juvé & Camps Essential Púrpura. Aquí busca mostrar la unión de dos culturas con sus productos emblema. Por un lado el cava y por el otro el pisco. España y Perú en una bebida.

Culminamos en Osso, templo de carnes y de buena coctelería, donde los clásicos son reversionados según la creatividad del bartender. Luis Felipe creó un cóctel al que denominó Flores y Burbujas. Inspirado en un Hugo Spritz, aprovechó las notas de flores blancas y de levadura de Juvé & Camps Essential Púrpura para mezclarlos con licor de manzanilla, manzana verde, sirope simple y licor de flores de saúco. Dulce y afrutado. Perfecto para el paladar local. «Lo que hace especial a esta experiencia es que tenemos tres perfiles totalmente diferentes. Admiro la creatividad de los bartenders, pues se nota que realizan un estudio previo para preparar un cóctel. Cada uno tiene una personalidad interesante que se mimetiza con la presentación. Estamos muy orgullosos de seguir posicionando a Juvé & Camps en el mercado peruano», culmina.



Mixología creativa

Te traemos una nueva ruta de bares junto a Jota Devia, Brand Ambassador de Ron Centenario y Rémy Cointreau. Estuvimos en Picnic e Intercontinental, donde cada bartender mostró su creatividad con los destilados y licores de Lc Group.

Escribe: Valeria Burga
Fotos: Jaime Cuellar



Los destilados y licores que importa Lc Group están hechos para derrochar creatividad en cada barra. Cócteles aperitivos, refrescantes, tropicales y más. Así se pueden ir perfilando The Botanist Gin, Cointreau y Ron Centenario, marcas que se están consolidando a paso firme gracias a su Brand Ambassador, Jota Devia. En esta oportunidad realizamos una nueva ruta de bares, con dos propuestas distintas, pero que se encaminan a dejar lo mejor de cada bartender en sus respectivos cócteles.

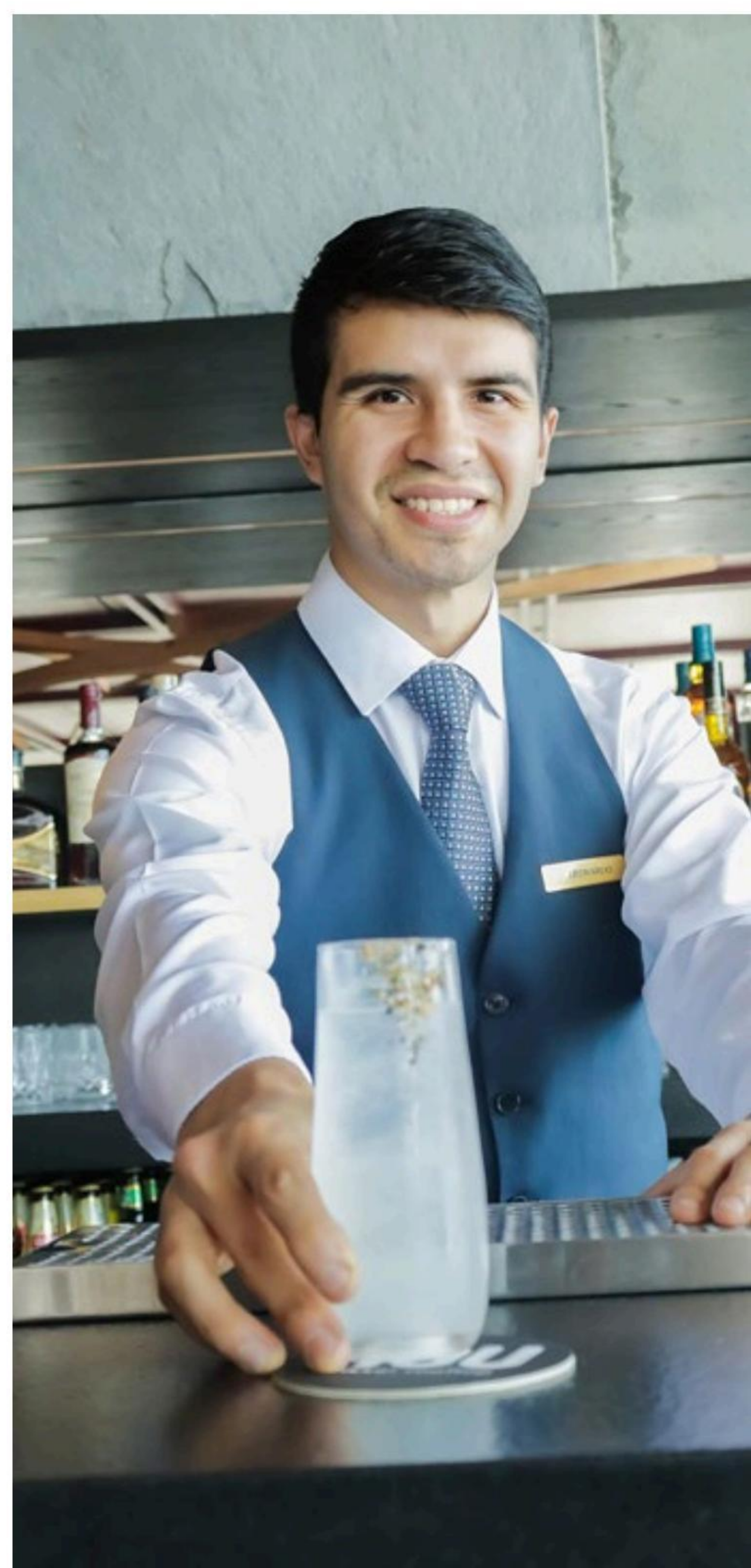




La primera parada es Picnic de Grupo Osterling, con una barra liderada por David Villacorta. Él apuesta por los clásicos con The Botanist como protagonista. Este gin es uno de los productos top line que trae Lc Group. Contiene 31 botánicos, siendo nueve de ellos los tradicionales como enebro, cáscara de limón y cáscara de naranja. La botella lleva el nombre de los 22 botánicos silvestres restantes en latín. Proveniente de Escocia, es el único gin del archipiélago Islay. David lo desarrolla en un White Lady a su estilo, agregándole Cointreau (licor de naranja), lillet blanc, wild turkey, limón tahití, clara de huevo, syrup de toronja y tomillo. Siguiendo una línea aperitiva, ejecuta en la barra un Tuxedo (Martini) con The Botanist, Cointreau, Dry Vermut,

angostura bitter, orange bitter, syrup de toronja y absenta. Ambas muy buenas opciones que reflejan lo clásico —que nunca pasa de moda—, pero con el sello de David, un artista en la barra por naturaleza.

Después llega el turno de Jota, quien reversionó un Cosmopolitan, el clásico de 1934 y el favorito de muchos. Tenía que estar, pues lleva Cointreau, una de las estrellas del portafolio que él representa. No hay barra que no tenga este licor de naranja premium entre sus filas. Esta mezcla compleja de esencias de piel de naranja arroja un perfil sabroso, fresco, floral y dulce. Estamos hablando de aproximadamente 50 variedades de cáscara de naranja de todo el mundo, frescas y deshidratadas. Reconocido por



las famosas Margaritas, pero perfecto en un Cosmopolitan como el que hace Jota, sobre todo porque tiene un twist a su estilo. Una base de gin The Botanist, Cointreau, dos onzas de jugo de cranberry, media onza de jugo de limón tahití y media onza de sirope de uva. Me encantó.

El segundo punto es Intercontinental, el nuevo hotel que atrae las miradas de todos. Tiene cinco ambientes con una barra bien ejecutada en cada uno. Leonardo Revollo, jefe de alimentos y bebidas, nos traslada a Nau, el rooftop nikkei en su propuesta gastronómica y coctelera. Allí desarrolla un cóctel al que de-

nomina Tohoku, un lugar donde el furikake, garnish de este cóctel, es muy común. Una base de Ron Centenario 7, sumado a cordial de lychee, tónica blossom y decorado con una crusta de furikake que otorga un contraste especiado y dulce a la vez. Excelente propuesta.

Jota toma la barra con la reversión del cóctel Between The Sheets. Se compone de Ron Centenario 20, Cointreau, limón tahití, media onza de coñac remy martin VSOP y bitter de toronja The Truth. Aquí brilla Ron Centenario, el destilado añejado por la naturaleza y elaborado de manera artesanal. Este ron de

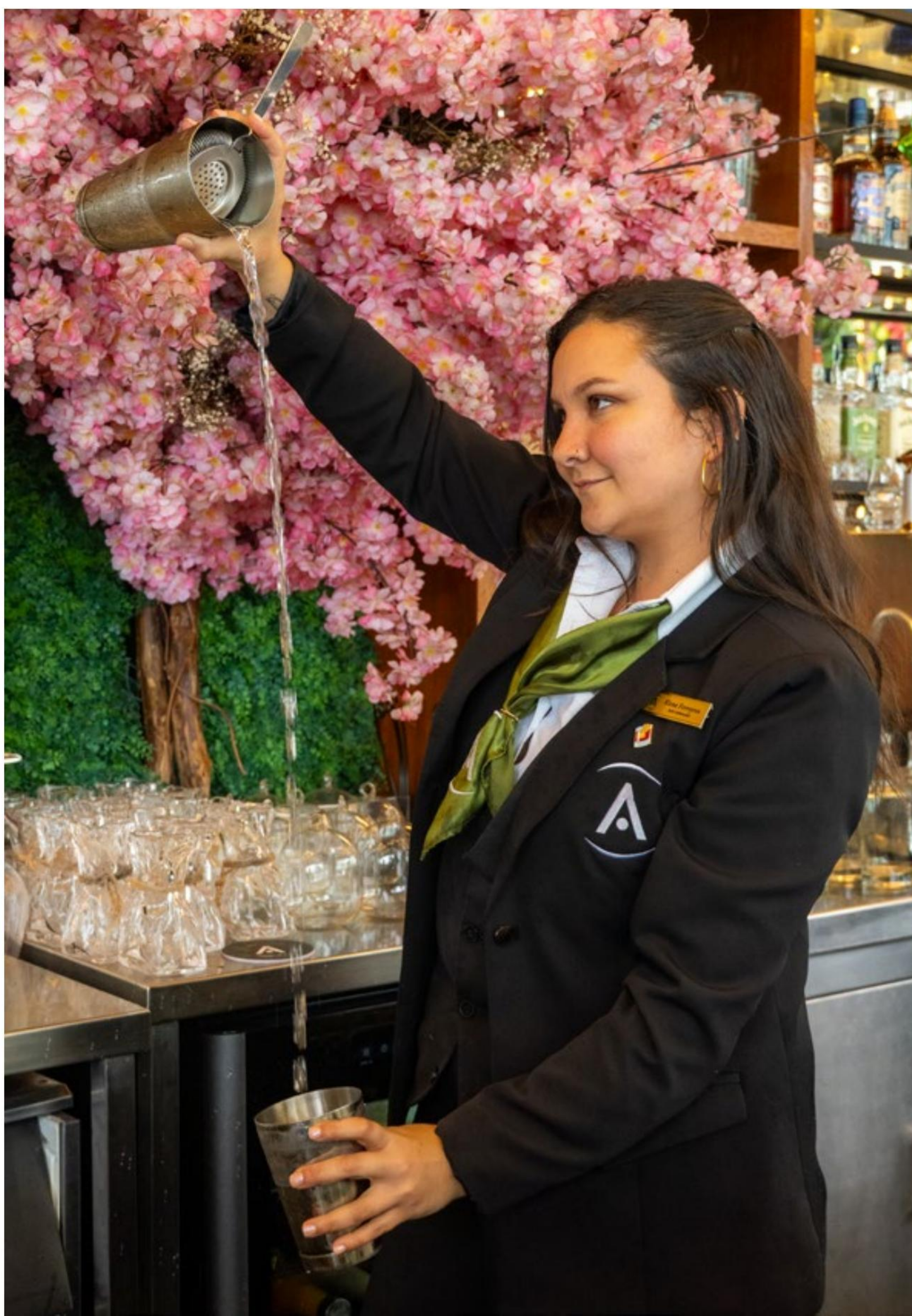
sello costarricense ha llegado a cautivar al paladar peruano por sus aromas y sabores provenientes de barriles de roble blanco americano que tuvieron whisky escocés. Concluimos con una reversión del cóctel tradicional Paloma por Johann Morales. La base es Ron Centenario 7, junto a sirope de cebada, Cointreau para las notas de naranja y pomelo. Un cóctel que equilibra un perfil dulce y cítrico, redondeado con tónica blossom. Ideal para quienes queremos un twist de un clásico como Paloma. ¡Ya lo sabes! Lc Group trae lo mejor para crear cócteles en cada ocasión, en diferentes espacios, por diversas mentes creativas.



Calles de Lima

Atmósfera, el rooftop de moda, sorprende con su carta de cuatro cócteles inspirados en productos peruanos. La idea surge de Elena Ferreyros, su jefa de barra, quien busca que Calles de Lima ponga en vitrina destilados e insumos que en otras barras suelen ser olvidados.

Cuando Elena Ferreyros me avisó de su nueva carta en Atmósfera, rooftop en el que ahora se desempeña como jefa de barra, pensé que era un estilo tropical y refrescante. Sin embargo, me dijo que tenía un apartado de cuatro cócteles al que llamó Calles de Lima, inspirados en la tradición limeña que siempre acoge un poco de cada rincón de Perú. «Es una breve carta de productos peruanos. No está dirigida necesariamente al público extranjero, sino al peruano y a nuestros recuerdos», confiesa. Elena empezó su carrera en la cocina, pero tuvo la oportunidad de liderar una barra. «Allí descubrí que quería dedicarme a ser bartender. Armé la carta de un restaurante nuevo en Córcega, estudié en Madrid, viajé por Europa y luego volví a Perú, donde empecé a desarrollarme en hostelería. Empecé a desarrollar coctelería de autor, empleando técnicas de





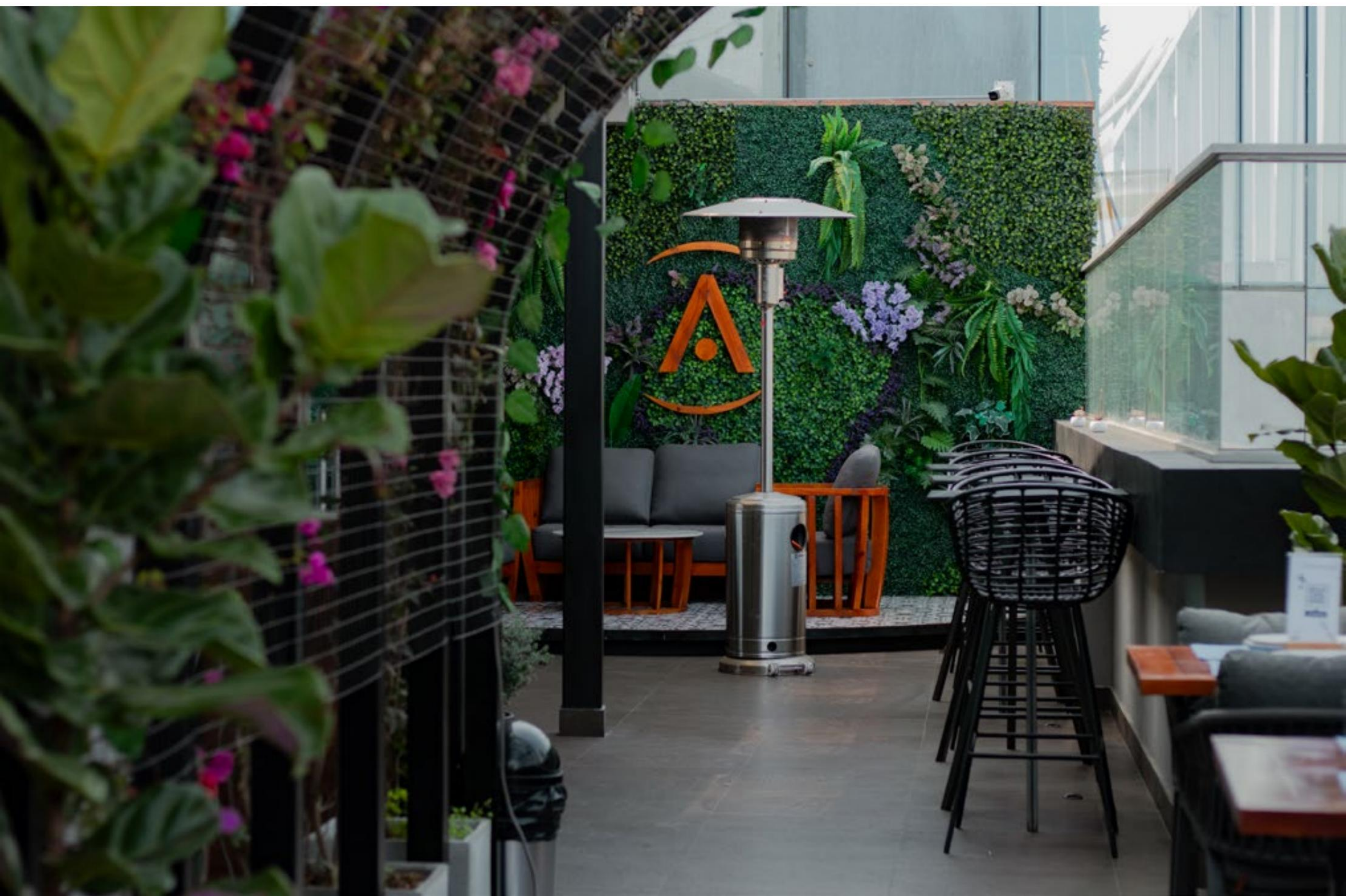
cocina dentro de la barra», relata.

Estaba buscando un lugar en el que pueda explayarse al cien por ciento. En esta búsqueda se topó con *Atmósfera*. «Tienen una temática interesante, muchas decoraciones, sabores tropicales, todo muy fresco. A mí me encantan los aperitivos, pero nuestro oficio implica adaptarnos a conceptos y crear en base a ello. Lo que me gusta de *Atmósfera* es que están abiertos a la creación. Por eso lancé *Calles de Lima*», asegura.

Dejó que me guiara en el recorrido que considere mejor, según perfiles por supuesto. Empezamos con *Lima Sublima*, un aperitivo en teoría, pero en la praxis

saborizado y dulce con intensidad. El objetivo es recordar el chocolate sublime con maní que todos conocemos. Lo logra desde el primer segundo. Lleva *Pisco Ferreyros Quebranta* que le otorga notas a flores blancas y rosas, no invade el cóctel en ningún momento. Se acompaña de un *fat wash* de chocolate sublime con maní tostado y unas pinceladas de limón. En esta opción también hay un ejercicio interesante de maridaje. Una concordancia excelente con chocolate blanco que refuerza la untuosidad de la bebida. Mi favorito entre los cuatro.

El segundo paso es *K'intu* (ofrenda a la Pachamama), donde la estrella es *Pikchá Coca*, destilado





de hoja de coca proveniente de Cusco. Está de moda en muchas barras, aunque considero que Elena es de las pocas que realmente sabe cómo ejecutarlo. Lo acompaña de vermouth extra dry, bavaoise de chocolate blanco y bitter. Este cóctel nos lleva a un perfil herbal, seco, con una capa ligeramente dulce. Hay muchas formas de tomarlo. Recomiendo mezclar la crema con el cóctel, pues así resulta menos invasivo. De todos modos, ha sido bien ensamblado para resaltar la hoja de coca. Evoluciona en cada sorbo. Ideal para quienes buscan una nueva experiencia, quizá más compleja y redonda.

Continuamos con Brava 14, a base de Vodka 14 Inkas, Sinsonte

(licor de ajíes peruanos), maracuyá, ají amarillo y agua tónica. Este es refrescante y ligero. Podemos pensar que los insumos serán invasivos, pero la verdad es que se equilibran de la forma correcta para el disfrute. El maracuyá le da el contraste. Eso es lo que resalto. Un cóctel diferente que limpia el paladar. Me parece muy gastronómico, sin caer en lo convencional. Cerramos con Doña Rosita, la mejor demostración visual de los míticos postres como el arroz con leche y la mazamorra morada. Fuera de que es visualmente instagrameable, lo que más me gustó es el uso del Brandy. Nunca había probado un cóctel que lo contenga y menos como protagonista. Gran Paso viene trabajando bien su línea de

productos y en este cóctel puede brillar. Además, lleva horchata de arroz con leche y mazamorra sin textura (con aire). Un cóctel dulce con notas a caramelo propias del Brandy. Tal como comer un postre.

Si buscas una experiencia diferente y salir de lo convencional, debes darte una vuelta por Atmósfera. Elena ha logrado darle vida a productos que, normalmente, en otras barras son olvidados. Además, por este mes patrio, en el rooftop se realizarán activaciones cada jueves con destilados peruanos. Excelente apuesta la de Atmósfera, que pronto lanzará su carta de clásicos reversionados. Recomiendo la experiencia.



Explorador de Cannabis

Desde Got Plant Perú, Juan Diego Vargas (El Pepi), viene impulsando el consumo responsable de cannabis. Como gastrónomo y canábico profesional, ha fusionado sus dos grandes pasiones para cambiar perspectivas hacia una vida más saludable.

Escribe: Valeria Burga



¿Cuándo descubriste el cannabis y cómo lo fuiste adaptando a tu estilo de vida?

Inicié por curiosidad. Mi hermana me contó que probó en una fiesta. Fui con ella a una y probé. A mí me cambió la vida desde entonces. Pude estudiar, sentarme en el aula, estar con mis amigos y conversar. En casa me preparaban galletas y leche con cannabis, ya que no podía fumar por mi edad. No había prejuicios en mi entorno. Siempre me llamó mucho la atención el cannabis porque soy neurodivergente y mi mente funciona distinto.

¿Cómo se da el lazo entre el consumo de cannabis y la gastronomía/coctelería?

Me dedico a esta industria desde que tengo uso de razón porque mis padres han tenido cevicherías y restaurantes. Conocí el bar



en Miami, luego de terminar el colegio. Regresé a Perú y estudié para ser piloto de aviones, aunque siempre me apasionó atender a la gente, el servicio. Empecé a trabajar en Starbucks y aprendí más sobre café. Dentro de la gastronomía influyen muchas cosas: comida, bebidas, vinos, café, té, chocolate. Siendo gastrónomo, me fue muy fácil aprender técnicas para preparar mi propia medicina, ya que a veces no podía fumar en ciertos lugares. Ahora soy cultivador junto a mi esposa. Tenemos 20 años juntos y dos hijos. Nos apasiona el cannabis y todo lo que podemos explorar de esta planta. Este es mi estilo de vida y lo que necesito para estar bien.

¿Has tenido experiencias laborales en las que pudiste llevar tus conocimientos sobre el cannabis?

Soy gastrónomo y canábico profesional. El único con esas dos carreras juntas. Nunca he trabajado en un lugar que no me permite el consumo libre de cannabis. Dentro de la industria, comencé a trabajar como director creativo del grupo MSK, conformado por Osaka y Carnaval. Viajaba para inaugurar restaurantes y desarrollar su parte creativa, a lo que llamamos 'front of the house': salón, bar, atención y performance. Estuve 10 años en esta compañía porque conectamos super bien. También he sido embajador de Hendrick's Gin y The Glenlivet Whisky.

¿Cuándo decides dedicarte por completo a Got Plant (tu emprendimiento)?

En el 2017 hubo la noticia de que el cannabis en Perú se iba a legalizar. Nos emocionamos porque siempre hemos vivido entre prejuicios. Comenzamos a empujar la acción por medio de un abogado canábico, el mejor de Perú. Su sueño era cumplir lo que hemos hecho mi esposa y yo. Decidimos vender nuestra medicina e hicimos los primeros productos para la venta. Desde el principio se llamaron Got Plant. La premisa es que las personas puedan usar cannabis de forma segura, correcta y con base. Lo más importante es pasarla bien. Nosotros brindamos una guía de servicio para saber qué dosis

de cannabis requiere cada uno en algún menú degustación o en productos personalizados que realizamos. Somos conscientes de que cada organismo reacciona diferente.

¿Qué productos y servicios encontramos en Got Plant?

Tenemos aceites, tinturas, una cerveza llamada Green Dragon, Kombucha y Cold Brew Tonic. Estamos abriendo la disponibilidad de hojas de plantas CBD como garnish para cócteles, lo cual está dentro de la normativa. Somos una asociación sin fines de lucro que se sostiene por medio de experiencias gastronómicas, talleres, educación. No lucramos con la planta, pues vendemos el aprendizaje de la misma. Siempre hemos hecho

todo al margen de la ley. Si no se puede, simplemente esperamos.

En líneas generales, ¿qué beneficios otorga el consumo de cannabis?

El cannabis tiene más de 400 usos y es por eso que ha sido ilegalizada. Tenemos cinco enemigos: la religión, la sociedad, la industria medicinal, el tabaco y el alcohol. Esta planta nos sirve para construir casas, confeccionar ropa, combustibles, alimentos para ganado, aceite, entre otros. En la gastronomía tenemos un sinfín de terpenos, moléculas que entran por nuestro sistema olfativo y nos hacen sentir mejor. El THC funciona en algunas enfermedades, inclusive mentales. Se usa mucho para el parkinson porque va directo al

sistema nervioso.

¿Cómo percibes el consumo de cannabis actualmente? ¿Consideras que la sociedad está más abierta a aprender y experimentar con ello?

Hoy, el ser humano sufre mucho por cómo se viene desarrollando la industria laboral. Trabajamos de más para nosotros mismos matarnos. Ello hace que, en esta última era, la sociedad haya despertado la curiosidad por una vida plena, con más tiempo de calidad. Ha encontrado un aliado en el cannabis. Esta es una experiencia que puedes vivir o no. Nadie te obliga. Nosotros cuidamos mucho los detalles para que nuestros pacientes, clientes y asociados vivan una experiencia cannábica profesional.



Llevar a Perú en un vaso: el reto del relato

Por Juan Diego Romero

Julio es el mes patrio. Un mes en el que Perú se celebra en las calles, en las casas y, cómo no, en las barras y en las mesas. Es también el mes en que los sabores se vuelven protagonistas: desde el ceviche del mediodía con un pisco sour, hasta la sobremesa con un café o un cóctel como bajativo, y las largas noches de celebración. Es precisamente en ese cruce entre gastronomía y coctelería donde vale la pena detenernos y preguntarnos: ¿cómo estamos contando lo nuestro?

Hoy, la cocina peruana goza de un lugar privilegiado, tanto a nivel nacional como internacional. Se reconoce su técnica, su historia, su diversidad. Los chefs son embajadores, los insumos son protagonistas, los comensales están informados. Si hablamos de la coctelería peruana, ¿puede decirse lo mismo? La respuesta es: no todavía. La coctelería en Perú ha crecido, se ha profesionalizado y ha empezado a ser reconocida como parte importante de la experiencia gastronómica. Su narrativa aún no llega con suficiente fuerza al consumidor final. Mucho se habla entre productores, bartenders y especialistas sobre insumos de origen, procesos artesanales, sostenibilidad y trazabilidad. Pero esa historia se queda muchas veces entre los eslabones de la cadena, sin llegar al vaso con la contundencia emocional y narrativa que se necesita.

Sin embargo, el potencial es inmenso. No solo por el pisco, que ya es un símbolo, sino por toda la despensa líquida que Perú ofrece: frutas nativas, café de altura, cacao de origen, botánicos andinos, ajíes únicos, vermouths y bitters peruanos, destilados experimentales. Cada uno con una historia que merece ser contada. A ello se suma la creatividad de los cócteles de autor, que integran ingredientes nacionales e internacionales para dar vida a mezclas cosmopolitas hechas en Perú.

Para dar el salto, no basta con tener buenos productos. Necesitamos construir una narrativa que conecte. Y en ese camino podemos mirar los casos de éxito en el mundo. México supo transformar el tequila y el mezcal en parte del orgullo nacional y de la identidad exportable. Escocia logró que el whisky sea sinónimo de prestigio y tradición. Francia posicionó el coñac como símbolo de sofisticación. Estados Unidos hizo del bourbon y el rye un emblema cultural que hoy conecta generaciones con un arraigo patriótico. Todos ellos lograron algo fundamental: contaron su historia de forma consistente, accesible y emocional. No solo en ferias o libros, sino en cada punto de contacto con el público. Cada etiqueta, cada cóctel, cada palabra del bartender, cada campaña... todo suma a un relato coherente que el consumidor entiende y recuerda. Esa es la ruta.

Tenemos todo para transitarla.

Si algo hemos demostrado los peruanos es que cuando creemos en lo nuestro y lo contamos bien, el mundo responde. Lo vimos con la gastronomía. El ceviche no llegó al extranjero por sí solo: llegó acompañado de chefs comprometidos, de historias bien contadas, de un relato que conectó con lo emocional y lo sensorial. Lo mismo puede pasar con nuestra coctelería. Gastronomía y coctelería no son caminos paralelos, son parte de la misma cultura viva. Cuando un chilcano acompaña una causa limeña, cuando un capitán se sirve antes o después de un rocoto relleno, cuando un cóctel con cacao amazónico marida con un postre de lúcuma, estamos construyendo una experiencia integral de Perú. Una experiencia que no solo alimenta, sino que emociona y educa.

Por eso, este mes patrio no es solo un buen momento para brindar. Es también una oportunidad para reforzar el relato que ya venimos construyendo: uno donde bartenders, productores, marcas, medios y consumidores caminemos en la misma dirección. Contar lo nuestro con claridad, con orgullo y con un sentido real que conecte. Ese relato empieza desde lo más simple: decirle a quien se sienta en la barra no solo qué está tomando, sino de dónde viene, quién lo hizo, qué historia encierra y por qué eso importa. Cuando el cliente sabe lo que bebe, se convierte en embajador. Y esa es la verdadera fuerza del storytelling: transformar la coctelería en una causa.

Julio es una excusa perfecta para empezar. Pero la misión va más allá del mes patrio. Se trata de construir, con paciencia y pasión, una identidad líquida que Perú pueda ofrecer al mundo con la misma contundencia con la que hoy ofrece sus platos y restaurantes. Cuando lo peruano se cuenta bien, todos lo quieren probar. Eso no solo impulsa el turismo local e internacional, también proyecta y exporta nuestra industria. Si logramos que esa historia llegue al vaso, entonces estaremos haciendo un salud por un país que sabe quién es y hacia dónde quiere ir.



Embajador de marcas, mixólogo y promotor de la coctelería peruana
@jdromer



VIU MANENT

VALLE DE COLCHAGUA - CHILE



ANIVERSARIO
20
AÑOS

NUEVA IMAGEN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Embajador de la carne

Vittory Meats se ha consolidado como un referente de la mejor selección de carne y distribución en Perú. En este diálogo con Raúl Cárdenas, embajador de la carne premium, descubrimos más sobre el negocio que le apasiona y cómo viene impulsando su empresa.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Joaquín Cruzado / Locación: La Cabrera Miraflores

Raúl Cárdenas es un erudito de las carnes y de los negocios. Un visionario y pionero en impulsar el consumo de carne en Perú, la fuente de proteína más importante del mundo. «En el 2002 vivíamos en un mercado de consumo total de pollo. Siempre digo que el peruano fue parrillero, pero sin cultura de consumo. Ha pasado mucho tiempo para que esto recién comience». Su pasión inició cuando solo tenía 17 años. Un amigo suyo, José Antonio Camino, vivía en Argentina y vino a estudiar a Perú. Se conocieron en Hoja Redonda, una empresa dedicada a la venta

de granos. «Él siempre me cuestionó sobre por qué en nuestro país no se comía carne como en Argentina. Quería hacer algo al respecto e importar para cambiar el mercado. Renuncié a mi trabajo y me fui con él a empezar este sueño por menos de la mitad de mi sueldo. Aposté todo y resultó», relata.

Al principio, como todo en la vida, no fue fácil. «Yo mismo descargaba el contenedor. Estamos hablando de 1200 cajas, cada una de 20 kilos. Apuntaba los precios, acomodaba la carne y la guardaba en el almacén. Comenzamos a venderle a Santa

Isabel (hoy Plaza Veá). Cuando quieres que algo crezca, debes tocar puertas literalmente. Hemos vendido carne hasta en la calle. Ponía a bailar tango en el supermercado, ofreciendo la carne argentina con letras grandes»

En aquella época solo existían dos restaurantes de carne: El Rincón Gaucho y La Carreta. Actualmente, cada semana inaugura un nuevo steakhouse en el sector A, B e inclusive el C. Raúl comenzó de cero hasta ver la carne argentina en cada local. «Eso es lo que me llena de orgullo», confiesa. Bajo toda esta experti-se, decidió fundar Vittory Meats



(Las carnes de Victoria). Va en honor a su primera hija. Vittory es Victoria en italiano y Meat es carne en inglés. Su empresa lleva cuatro años en el mercado y reconoce que ha crecido de manera exponencial. Logró posicionarse entre los mejores restaurantes de Lima y en todos los emergentes.

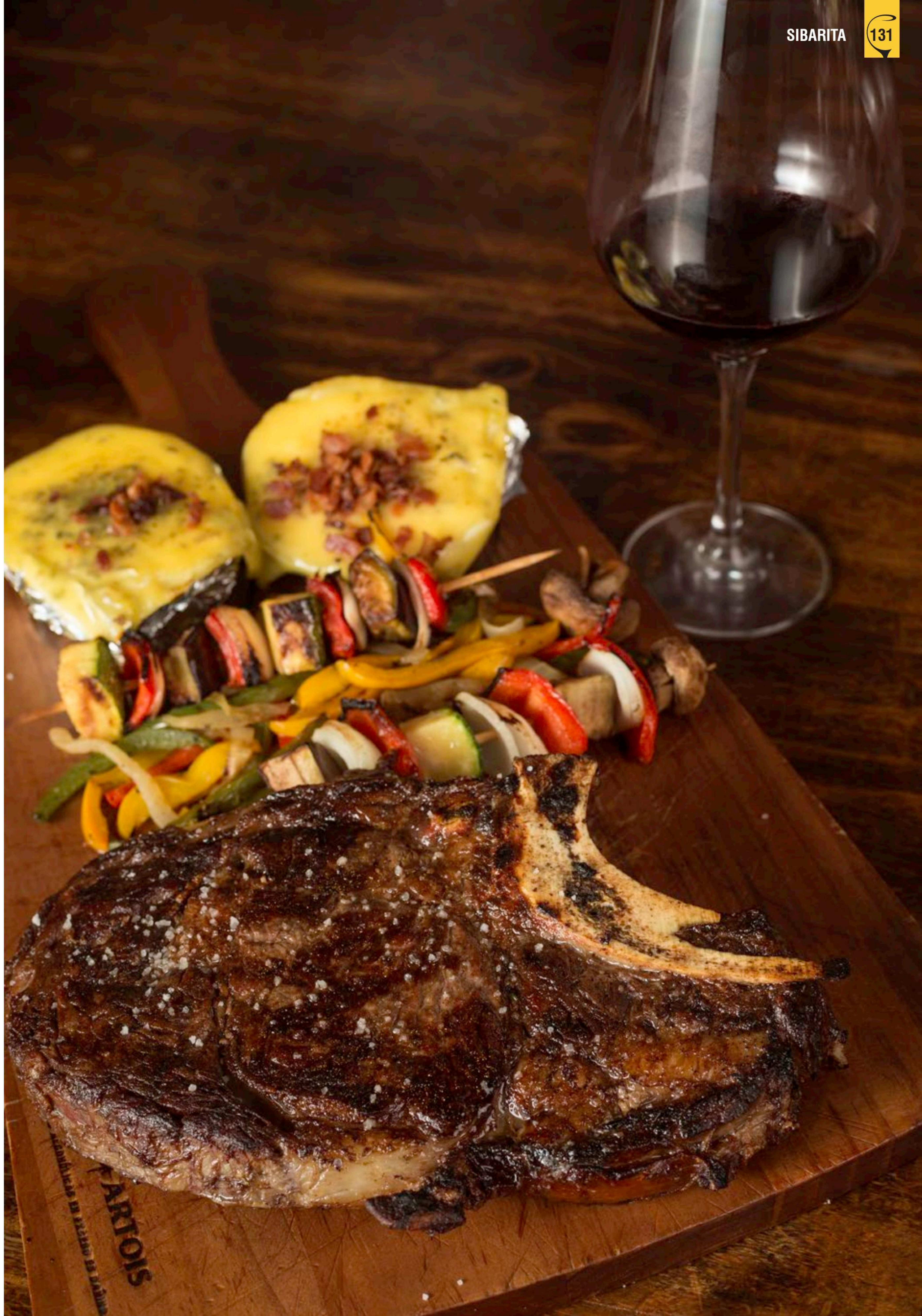
Uno de ellos es La Cabrera, ubicado en Miraflores y El Polo (Surco). Es un restaurante con un nombre ganado a nivel mundial gracias a Gastón Rivera, quien comenzó en Buenos Aires y ha llevado el concepto a varios países del mundo, entre los que destacan Dubai, Miami, Argentina y Perú. «Quien viene a La Cabrera sabe que va a vivir la verdadera experiencia argentina. Vittory Meats tiene una alianza con La

Cabrera porque compartimos la misma filosofía que es la pasión por lo que hacemos», manifiesta.

Vittory Meats es más que un negocio. Se enfoca en enseñar sobre la carne y aportar para su crecimiento mediante experiencias, capacitaciones y manejo de servicio. «Es importante conocer el manejo de la carne desde que llega al restaurante, cómo descongelarla y a qué temperatura mantenerla». En este negocio no se debe pensar en el precio, sino en la calidad. «Vittory Meats ha roto esa barrera», asegura. La carne tiene un valor desde la raza del animal, su alimentación hasta el último día en beneficio, de qué forma lo refrigeras, etc. Todo tiene un proceso, por ende, un costo. «Si tu apuestas por mí,

yo te garantizo el éxito de tu negocio. Vendemos la mejor selección de carne, tanto americana como argentina, en base a nuestra experiencia», agrega.

Próximamente, Vittory Meats estará realizando una alianza con una empresa muy importante en Perú para trabajar el cerdo con genética. Raúl se siente orgulloso de haber sido el primero en traer la marca Godina a Perú y actualmente ser distribuidor exclusivo de Muge, una de las mejores marcas de carne en Argentina. «El dueño de Muge creció junto a un padre carnicero. Tuve la suerte de conocerlo y de compartir la misma filosofía. Amamos este negocio. Vittory Meats está comenzando un mercado. Vamos a ser líderes», puntualiza.







Hechas a mano

Lamartrade Perú no solo trae vinos de diversas partes del mundo, sino también aperitivos como Nat Crackers, los cuales se caracterizan por ser elaborados de manera artesanal con ingredientes saludables. Aquí te contamos más sobre esta alternativa que puede acompañar tus momentos preferidos.

Las tostadas Nat Crackers son un producto artesanal creado por dos primas, Ignacia y Paula. El sueño original de las fundadoras era desarrollar un producto propio que destacara por su calidad y que pudiera marcar una diferencia, tanto en lo saludable como en lo gourmet. Su emprendimiento surgió de la búsqueda de una tostada saludable, deliciosa y diferente, que pudiera acompañar quesos, ensaladas, mariscos y dips. El desarrollo de la receta tomó tiempo, ya que ambas investigaron y probaron distintas combinaciones hasta encontrar la mezcla ideal de ingredientes naturales y saludables.

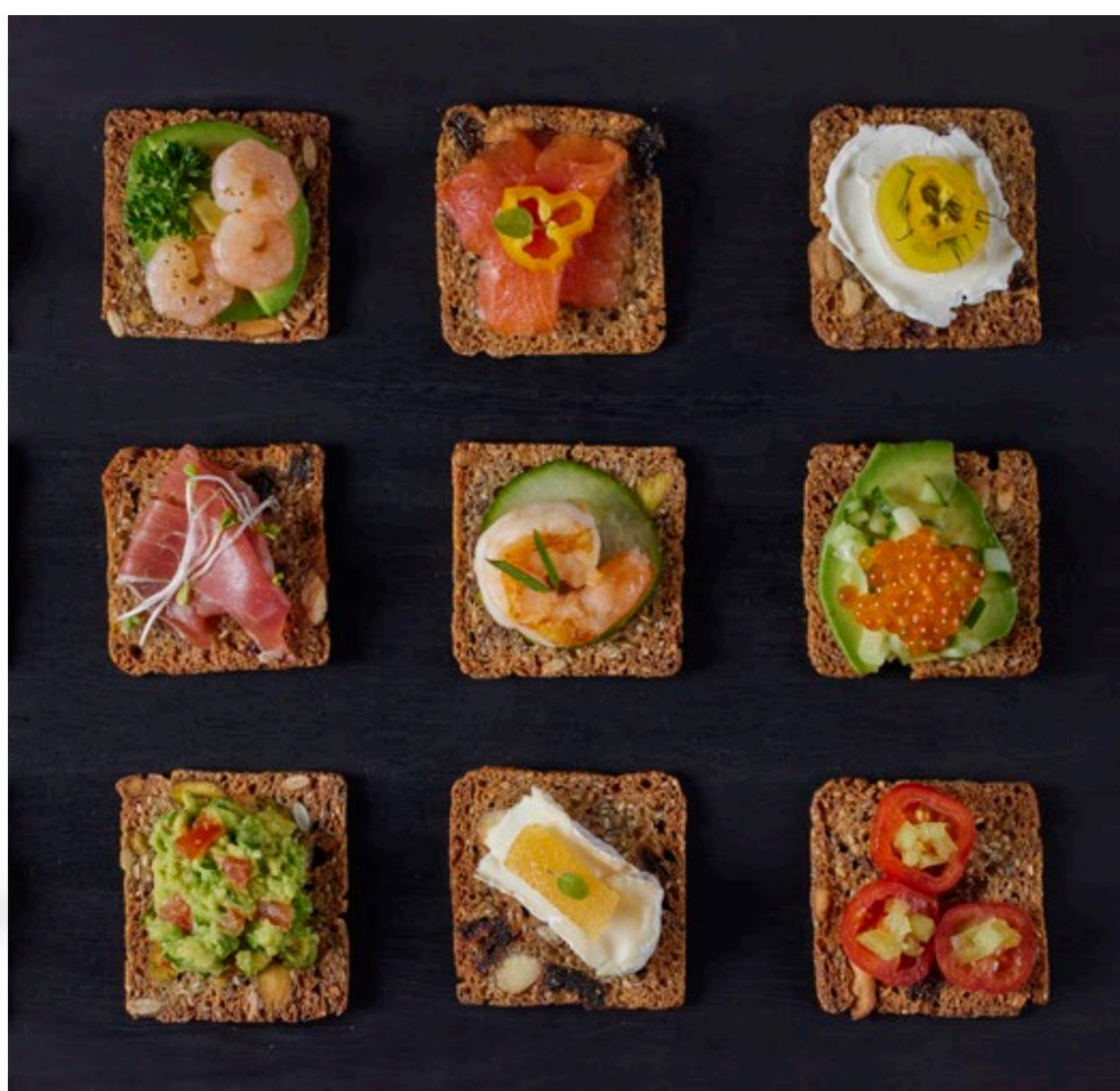
Cada tostada es elaborada artesanalmente, lo que garantiza una calidad superior y un sabor único. Utilizan frutos secos, semillas y frutas deshidratadas de alta calidad bajo un proceso de doble horneado que les da una textura crujiente. No contiene alditos, endulzantes artificiales, jarabe de maíz, grasas trans, aditivos químicos, preservantes ni saborizantes artificiales. Además, tiene 0% azúcar añadida, es alto en vitaminas y proteínas; así como bajo en calorías y sodio.





Si deseas explorar su variedad, cuentan con diversas presentaciones como Nat Crackers con Cranberry y Nuez, Nat Crackers con Pistacho y Romero, Nat Crackers con Dátiles y Almen- dras y Nat Crackers con Cajú, Pasas y Jengibre. Su portafolio también incluye los Wafer Crackers que son unas Galletas Obleas de sabor Original, Rome- ro y Pimienta. Cada una según tus preferencias, el momento o el acompañamiento gastronómi- co. La marca Nat Crackers ha lo- grado expandirse fuera de Chile, llegando a mercados de países como Perú, Brasil, Costa Rica, Guatemala y Estados Unidos, consolidándose como un snack gourmet y saludable.

Su presencia digital se ha ido consolidando gracias a una es- trategia en conjunto con influen- cers y degustaciones, lo que les ha permitido que la cantidad de seguidores haya crecido expo- nencialmente. Los encuentras en @natcrackersperu vía Insta- gram. Uno de sus puntos de ven- ta en Perú es Bodega Mar y Tie- rra (Av. Dos de Mayo 1470, San Isidro y en Av. Mariscal La Mar 394, Miraflores) por Lamartrade Peru, su importadora exclusi- va. Además, los encuentras en Wong, Metro, Plaza Vea, Vivan- da y Tottus. Los Wafer Crackers están próximos a llegar.





Eventos sostenibles: redefiniendo el impacto

Por Rosa Bonilla*

La sostenibilidad ya no es solo una tendencia; es una necesidad en la organización de eventos. Desde ferias gastronómicas hasta congresos empresariales, cada decisión cuenta para minimizar el impacto ambiental. Uno de los modelos más innovadores en este ámbito es el Total Waste Recovery, aplicado por Scrapcycle Perú, que garantiza que los residuos generados en eventos sean reintegrados en una nueva cadena de valor. Bajo este enfoque, los residuos orgánicos se transforman en compost para la agricultura, mientras que materiales como plástico y aluminio se reciclan con total trazabilidad.

Más allá de la gastronomía

Los eventos gastronómicos sostenibles ya incluyen menús que minimizan desperdicios y el uso de ingredientes locales. Sin embargo, la sostenibilidad se extiende a eventos corporativos, concier-

tos y festivales que adoptan sistemas de reutilización y eliminación de plásticos de un solo uso.

Scrapcycle Perú ha trabajado en iniciativas donde los residuos no solo se gestionan, sino que se convierten en recursos valiosos. Este modelo permite que los eventos, sean gastronómicos o no, generen un impacto positivo y formen parte de una economía circular. El futuro de los eventos no solo se mide en experiencias, sino en el legado que dejan. La sostenibilidad ya no es una opción, sino la clave para transformar la industria.



Especialista en desarrollo sostenible
@catadonacata



EST. 1824

NEW RELEASE

THE
MACALLAN



*“Edición limitada inspirada en la tradición
de fin de año en Jerez - España”.*

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

Obra de

El nuevo restaurante de Novotel San Isidro es una experiencia sensorial y estética, que fusiona alta cocina, coctelería de autor y diseño en un solo espacio. Esto es Lienzo.



arte



Lienzo: tela preparada para pintar sobre ella. Así es el nuevo restaurante de Novotel Lima San Isidro, un cuadro en blanco donde el hotel y la chef ejecutiva Diana Ballén redefinen la gastronomía en hoteles urbanos, fusionando arte, diseño y sabor en una propuesta sofisticada y sensorial. En Lienzo, cada plato es una obra que se pinta con fuego, se esculpe con sabor y se revela con elegancia sobre la mesa. Inspirado en el arte contemporáneo y la estética de los sentidos, este nuevo espacio ha sido concebido como una galería viva, donde la cocina de autor, la coctelería de vanguardia y el diseño se entrelazan para brindar un viaje multisensorial único.



«Lienzo nace con la misión de ofrecer un recorrido de sabores donde cada detalle –desde la vajilla hasta los ingredientes– despierte e impacte todos los sentidos. No solo buscamos alimentar, sino conmover y que cada visita sea un ritual estético», señala Janeth Flores, gerente general de Novotel Lima. Diana Ballén, chef ejecutiva, que ha trabajado en diversos restaurantes de los hoteles del grupo Accor como Pullman San Isidro y Costanero MGallery en Montevideo, describe: «Así como en el arte, con Lienzo buscamos transmitir una emoción en cada plato. El concepto del restaurante es de cocina contemporánea, utilizando técnicas que remontan a platos de antaño, pero con presentaciones más modernas»

Una carta que pinta sabores, texturas y emociones. La propuesta culinaria de Lienzo es tan versátil como refinada, con platos diseñados para diferentes momentos. Cada sección de la carta está pensada para evocar emociones, sorprender con contrastes y celebrar la belleza en lo inesperado.

- Tapeo: Croquetas de autor, sliders, causas, charcutería y tapeo español que invitan a compartir.
- Entradas frías: Ceviches, tartares, carpaccios y reinterpretaciones de makis con presentaciones de alto impacto visual.
- Platos de fondo: Arroz meloso de mariscos, lomo saltado,

cochinito atamalado, pesca al grill y pastas artesanales, incluyendo opciones vegetARIANAS gourmet.

- Ensaladas y bowls: Opciones frescas como poke bowls, ensaladas con hummus o falafel, diseñadas para el bienestar.
- Sándwiches y brunch: Alternativas creativas como el de roast beef, club, pejerrey o caprese veggie.
- Postres: Un dulce cierre con eclairs de limón, tiramisú deconstruido, volcán de chocolate, cheesecake y crema volteada.

Las bebidas de Lienzo también son parte del arte. La carta de coctelería de autor combina ingredientes como shrubs de tuna, camu camu, hibiscus y cordiales artesanales, en propuestas que narran historias a través de aromas y colores. Para quienes buscan bienestar, los mocktails funcionales –a base de maracuyá, menta, jengibre y otros superalimentos– ofrecen una alternativa saludable y vibrante. La oferta se completa con una cuidada selección de vinos y espumantes de Argentina, Chile, España e Italia.

Siguiendo las políticas de Accor, líder global en hospitalidad, Lienzo busca ser un establecimiento zero waste, donde toda la merma de los alimentos sea reutilizable. Además, no utilizan plástico en la cocina. Visítalos en Av. Victor Andrés Belaunde 198, San Isidro y despierta tu instinto culinario más creativo.



El alma de los andes

Por Silvia de Tomás

DEL 26 OCT AL 2 NOV

2025
Huaraz



¿Sabías que desde hace once años se organiza en Perú la Copa Latinoamericana de Cervezas Artesanales? Esta competencia, nacida con el sueño de reconocer la excelencia, la constancia y la pasión de quienes elaboran las mejores cervezas del continente, ha recorrido ciudades como Cusco, Arequipa y Lima. Este 2025, la historia continúa en Huaraz, una ciudad rodeada de nevados y lagunas que recibirá a maestr@s cervecero@s, jueces y apasionados del mundo de los fermentados.

La Copa premia cervezas, crea comunidad y abre puertas. Reúne a más de 60 jueces internacionales cada año, referentes del sector cervecero y sensorial, que llegan a Perú para conocer nuestras cervezas, conectarse con nuestra cultura y descubrir el talento de Latinoamérica. Nombres como John Palmer, Pete Slosberg, Richard Dubé y Cilene Saorin han compartido escenario en el congreso cervecero, aportando conocimientos sobre tecnología, fermentaciones de bajo alcohol, tendencias y procesos innovadores.

Este año, por primera vez, la Copa amplía sus categorías para integrar otras bebidas fermentadas como la kombucha, la sidra y la hidromiel. En un mundo donde los consumidores valoran cada vez más las propuestas naturales, funcionales y diversas, la Copa se posiciona como el punto de encuentro más importante de bebidas fermentadas de calidad en la región. La cerveza lidera este movimiento y da la bienvenida a sus parientes más silvestres y experimentales. Con una población de más de 32 millones de personas, Perú cuenta con aproximadamente 200 cervecerías artesanales, lo que representa un gran potencial para seguir difundiendo la cultura cervecera. Este encuentro se convierte en una plataforma donde se educa, se conecta y se inspira a seguir creando.

La descentralización ha sido clave para llevar la industria a nuevos públicos. En esta edición, cervecerías anfitrionas como Sierra Andina y Ucucha abrirán sus puertas a visitantes que también tendrán la oportunidad de explorar las maravillas naturales de la región, como la Laguna 69 y la Laguna Parón, en un entorno que invita a la contemplación y la celebración. La cerveza, como expresión sensorial y cultural, encuentra su lugar junto a la gastronomía. Cocineros de renombre como Héctor Solís, José del Castillo y Javier Vargas han participado en ediciones anteriores para explorar, junto al mundo cervecero, nuevas formas de crear experiencias memorables a través de aromas, sabores y texturas. Este cruce de caminos revela que también se cocina desde lo líquido, y que la cerveza puede emocionar tanto como un gran plato.

La convocatoria está abierta a cervecerías profesionales, cerveceros caseros y productores de sidra, kombucha e hidromiel. Cada categoría será evaluada con criterios rigurosos, considerando el dominio técnico, la limpieza sensorial, el balance, la fidelidad al estilo y la innovación. La inclusión de bebidas fermentadas sin alcohol, bajas en carbohidratos y de bajo contenido alcohólico responde a una tendencia global que apuesta por el sabor, la identidad y el bienestar.

Durante los días 31 de octubre, 01 y 02 de noviembre, Huaraz será escenario de una experiencia integral para los amantes de la cerveza y los fermentados. El Congreso Cervecero reunirá a líderes internacionales con presentaciones técnicas, catas guiadas y espacios de formación sensorial. En paralelo, la feria EXPO LATAM permitirá el encuentro entre cerveceros y proveedores especializados en insumos, equipos y servicios clave para la producción de bebidas fermentadas. Como cierre de esta vivencia colectiva, el Festival Cervecero reunirá exclusivamente a cervecerías peruanas, presentando una amplia diversidad de estilos y propuestas que reflejan la identidad y creatividad de nuestro país, acompañadas de gastronomía local, música en vivo y el entorno natural de los Andes como telón de fondo.

La Copa Latinoamericana de Cervezas Artesanales es una organización sin fines de lucro, impulsada por el gremio cervecero peruano que busca, al igual que la gastronomía nacional, compartir con el mundo el talento, la creatividad y la riqueza que se cultivan en estas tierras. Se entregarán medallas de oro, plata y bronce, así como el reconocimiento a la Mejor Cervecería del Año, distinciones que fortalecen la reputación de los productores y los proyectan hacia nuevas oportunidades dentro y fuera de la región. Si eres parte del mundo cervecero, si disfrutas lo que se crea con tiempo, técnica y alma, te invitamos a sumarte a esta gran revolución cervecera latinoamericana que nace desde los Andes peruanos. Octubre será una celebración con sabor a altura, identidad y futuro.



Jueza de Cervezas Nacional
acreditada por BJCP
@silviadetomas

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Luigi Bosca

DE SANGRE



VINOS QUE EXPRESAN LA ESENCIA DE NUESTRA PASIÓN

TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO

LIVERPOOL

Tributo a The Beatles



El único restobar que rinde culto a The Beatles en Perú es Liverpool. Este restaurante miraflorentino te remonta a la época dorada del rock junto a una propuesta gastronómica y coctelera atractiva, que tiene al pisco Intipalka como protagonista.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Fiorella Gomez



En Miraflores (Av. Grau 192) se encuentra, con seguridad, el único restobar que rinde culto a The Beatles, los cuatro grandes de Liverpool. Una agrupación que se ganó el corazón de generaciones de antaño como también de las contemporáneas. Aquí, los amantes de sus líricas, encuentran un espacio para disfrutar de su le-



gado junto a una propuesta gastronómica variada.

Liverpool ofrece a cada comensal una experiencia inmersiva a la época dorada del rock a través de una cuidada ambientación retro, decoración icónica y una atmósfera vibrante que celebra la música, el arte y la cultura de los años 60s y 70s. Con 12 años en el mercado, cuenta con una amplia variedad de coctelería y gastronomía, todo inspirado en los cuatro personajes y en cada una de sus canciones. En ambos pisos se realizan distintos eventos de música en vivo, noches de DJ, karaoke, buffet, privados y más.



Lo interesante de su carta gastronómica es la fusión peruana e internacional. Iniciamos con All You Need Is Love, incluida en la sección Al Carbón, que se compone de panceta con BBQ tropical, papas rústicas crocantes y ensalada. Uno de los platos nuevos es Michelle, crujiente enrollado de pollo relleno de queso edam, jamón y champiñones. Va acompañado de papas a la crema. En la sección Bonus Track se encuentra I Feel Fine, una porción de makis de causa con langostinos al panko, queso crema, palta, sashimi de pescado y mayonesa acevichada.

Liverpool también ha sumado una carta de autor que, por obvias razones, va inspirada en los cantantes de la agrupación. Son cuatro en total, llevando el nombre de John Lenon (gin sour apple, crema de menta, jarabe de goma); Paul McCartney (vodka, curacao azul, limón, jarabe de goma, agua gasificada); Ringo Star (ron blanco, granadina, jarabe de goma, leche, jugo de piña) y George Harrison, el que probamos en nuestra visita. Este es muy especial porque se compone de pisco quebranta Intipalka, nuestro destilado bandera. Se acompaña de un macerado de frutos rojos (fresa, frambuesa, arándanos), licor de blackberry, jarabe de goma y fresas enteras para darle cremosidad y el punto frozen que necesita.



En esta temporada, los calientitos toman protagonismo. Liverpool sorprende por su amplia variedad de 16 calientitos (macerados de pisco) que ofrecen. Todo lo preparan en el local, usando pisco quebranta Intipalka y no una variedad aromática. Ello a fin de no perder el sabor de las frutas, especias y

hierbas que son los protagonistas. Probamos el de eucalipto, así como el de canela y naranja. Los recomendamos si es que vienes por aquí. Atienden de lunes a domingo desde las 12:00 pm. Además, su oferta de vinos presenta muchas etiquetas locales de diversas regiones. Vale la pena darse una vuelta.



Los piscos de Yanquiza

Desde 1930, la familia Hernández se ha dedicado a la producción de pisco artesanal. Don Jesús maneja todo el proceso: desde la cosecha hasta el embotellado. Hoy, sus hijos han tomado la posta del proyecto para llevar Yanquiza a cada amante del buen pisco.

Escribe: Valeria Burga / Fotos: Cristhian Cisneros / Locación: Hidden Experimental Bar

Con un mercado abarrotado de pisco, es difícil encontrar uno que sorprenda, pero que sobre todas las cosas sea de buena calidad. Por este ángulo se perfila Yanquiza Pisco, en honor al caserío de Yanquiza en la provincia de Ica de donde proviene. Su maestro destilador y productor es Don Jesús, quien ha dedicado toda su vida a estudiar a profundidad el destilado de bandera. Quedan pocas personas como Jesús Hernández en la industria. No solo hace buen pisco, sino que supervisa todo el proceso desde las plantas de uva hasta la botella. Viene cultivando las cinco uvas pisqueras permitidas en esta denominación de origen, y ya está trabajando en Negra Criolla y Mollar.





Pero su trabajo empezó muchas décadas atrás con su abuelo, quien vivió en Yanquiza. Su madre le dejó la posición en la bodega, donde compró un terreno adyacente y empezó a tomarle la posta con sus propios piscos. Nadie conoce esta zona como él. «Yanquiza es única. Por aquí la gente toma mucho pisco. De hecho, hay bastante competencia. Manejo todas las variedades de uva pisquera. Soy productor, mas no vendedor. Entonces, llegó el momento en el que mis hijos tomen la batuta en la venta. He retomado los concursos pisqueros gracias al impulso de mi hija Giuliana y mi yerno Wayne. Él presentó el pisco Quebranta en Nueva York, donde sacamos

medalla de plata. Hoy, es quien dirige todo el marketing de Yanquiza Pisco», menciona.

«Estaba familiarizado con el pisco antes de conocer a Giuliana», nos cuenta Wayne. «Me encanta lo que hace Don Jesús. Llegó un punto en el que teníamos que involucrarnos. Él cuida la planta y su producción, sin embargo, nosotros tenemos las herramientas de convertir a Yanquiza en un gran proyecto. Nos hemos aliado con una agencia de branding para crear un nuevo diseño inspirado en una filosofía de uva de los paisajes de Perú, tales como Huacachina, Sacsayhuaman, Machu Picchu, La Montaña de Siete Colores, entre otros», señala.

Yanquiza tiene un Quebranta bastante aterciopelado, muy elegante, con notas aromáticas pronunciadas de lo que estamos acostumbrados a probar en esta variedad. Interesante y directo. Persiste mucho tiempo en boca.



Tiene lo que un buen Quebranta necesita, pero con una sutileza que lo desmarca. Los frutos secos se equilibran, está la manzana verde típica y el caramelo que acompaña. «Italia de Ica es especial. No lo van a encontrar en ningún otro sitio, pues el suelo es ideal para plantar esta variedad», dice Jesús. En este pisco percibimos una carga de frutas dulces, flores y algunas cítricas. Es un Italia extraordinario. Por el contrario, encontramos mineralidad y capas de evolución mientras pasan los minutos. Eso lo hace un pisco para apreciar».

El siguiente paso de Yanquiza es su línea de reservados, así como desarrollar algunos vinos a mayor escala. Don Jesús elabora vinos dulces, semiseccos y secos; y en proyecto de un vino fortificado, que aún no se ha lanzado al mercado. Esperamos que pronto dé el anuncio. «Yanquiza Pisco ha encontrado su lugar en esta tierra iqueña. Cada parcela de sus viñedos de Ocucaje es única», culmina.



Noches de cata con pisco

Por Livio Pastorino Wagner*

Cuando el historiador Lorenzo Huertas me habló de los 'mojoneros' del siglo XVI, expertos en catar vinos y aguardientes, me transporté a mi infancia en Lima. Recordé los viajes de vacaciones con mis padres y hermanos, cuando preguntábamos por esos 'mojones' en la carretera —los postes con números— y nos reíamos diciendo: ¡Tú eres el mojón! Buenos recuerdos que, años después, cobraron un nuevo significado al descubrir que aquellos mojoneros eran los guardianes de la calidad del pisco y el vino en el virreinato.

En su libro *Cronología de la Producción del Vino y del Pisco en el Perú 1548–2010*, Lorenzo Huertas explica que los mojoneros, o 'curiosos' del vino, evaluaban la calidad en cada ciudad del virreinato. Eduardo Dargent, en *Vino y Pisco en la Historia del Perú* (2013), detalla que en 1567 el Cabildo de Lima nombró a Sebastián Ruyz como mojonero para catar vinos y garantizar su calidad, y en 1578 se tomaron medidas contra la venta de 'vino ruin' en tabernas, evidenciando la relevancia de estos catadores en el comercio virreinal. En 1595, el virrey García Hurtado de Mendoza creó el primer reglamento de cata, ratificado en 1603 por Luis de Velasco, que exigía copas de vidrio claro para verificar que el vino no estuviera mezclado o 'tocado'.

En los años ochenta trabajé en un proyecto de espárragos en la pampa de Villacurí, del cual asumí la gestión en 1992. Allí cultivábamos espárragos y sembré uva Quebranta, elaborando pisco en una bodega en Guadalupe, distrito de Salas, hasta el 2000. Esos años me marcaron, pero fue en 2007 cuando, junto al recordado Walter Espinoza, intentábamos vender publicidad para la web elpiscoesdelperu.com al Instituto del Vino y del Pisco (IDVIP) de la Universidad de San Martín de Porres. La directora, Soledad Marroquín, nos desafió: 'Mitad beca para el curso de Especialista y Catador de Pisco, mitad publicidad... pero tienen que estudiar'. Así comenzó mi aventura como catador.

En Noches de Cata, dos martes al mes a las 20:00 nos reunimos para catas ciegas, con muestras empaquetadas y sin marcas visibles. Un asistente las sirve en copas AFNOR, sobre un mantel blanco y bajo buena luz. Evaluamos vista, aromas y sabores con un estándar internacional que garantiza calificaciones justas. Al principio, usábamos térmi-

nos como 'aromas indeseados' para defectos, pero aprendimos a ser más precisos, respetando a los productores.

Cada cata termina con la emoción de descubrir las botellas. Publicamos los resultados en el blog, con detalles como el nombre del productor, el tipo de pisco, la variedad de uva y el precio, acompañados de fotos de las botellas, el equipo y los postres que compartimos. Aunque Noches de Cata nació de una pasión compartida, el libro de Lorenzo Huertas, publicado años después, nos reveló el legado histórico de los mojoneros, inspirando la creación de la Asociación Peruana de Catadores (ASPERCAT) en 2015, de la que soy miembro fundador y que busca profesionalizar la cata en Perú.

Inicialmente, trabajábamos con una ficha propia, puntuando de 1 a 100. En 2009, adoptamos el esquema de apreciación de la Organización Internacional de la Viña y del Vino (OIV). En 2012, este sistema fue incorporado a los concursos nacionales, regionales y distritales de pisco, bajo la presidencia de Jaime Marimón Pizarro en el CRDO-Pisco. Gracias a la gestión del recordado productor Guillermo Payet, estos concursos obtuvieron el patrocinio de la OIV y, desde entonces, figuran en su sitio web oficial. El manejo de la ficha OIV nos permitió participar en concursos internacionales de bebidas espirituosas, fortaleciendo el prestigio del pisco peruano.

Noches de Cata no es solo un ritual; es un puente entre el pasado y el presente del pisco. Como los mojoneros de 1567, buscamos la excelencia en cada copa, apoyando a productores y celebrando el patrimonio peruano. Visita nochesdecata.blogspot.com o busca Noches de Cata con Pisco en Google con la marca o variedad que te interesa. ¡Únete a nuestra pasión y brinda con responsabilidad!



Catador profesional, sommelier y parte de Noches de Cata con Pisco
www.liviopastorino.com
 @elmagozurdo

Importado y distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

Des
coR
Cha
dos
2025



J
U
D
A
S

JUDAS MALBEC

*Una ilusión familiar fue elaborar esta partida
limitada para consumo exclusivo. Un
miembro de la familia, decidió compartirlo
con terceros.*

SOTTANO

T O M A R B E B I D A S A L C O H Ó L I C A S E N E X C E S O E S D A Ñ I N O

Importado y
distribuido por
L.C. GROUP S.A.C.

RON CENTENARIO.[®]

EL RON DE COSTA RICA



TOMAR BEBIDAS ALCOHÓLICAS EN EXCESO ES DAÑINO



Esta REVISTA fue DESCARGADA de JAROCHOS. Puedes
accesar a nuestro GRUPO PRINCIPAL en TELEGRAM a través
del Grupo de paso

@PurgatorioJarocho
<https://t.me/purgatoriojarocho>

En Jarocho NO promovemos ni incentivamos el uso inadecuado de autoría intelectual, solo compartimos material que ya se encuentra en Internet con una simple búsqueda en cualquier buscador o en sitios como PDFMagazine, WordlMagz, etc.
Si piensas que se están socavando tus derechos de autor mándanos un mensaje (con previa identificación como portador de los derechos sobre el material reclamado) solicitando la retirada del material.